

UFRRJ

**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS
SOCIAIS EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA
E SOCIEDADE**

TESE

**AÇÃO COLETIVA COM A INTERNET: REFLEXÕES A PARTIR DA
AVAAZ**

MARCELO CASTAÑEDA DE ARAUJO

2014



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

**AÇÃO COLETIVA COM A INTERNET: REFLEXÕES A PARTIR DA
AVAAZ**

MARCELO CASTAÑEDA DE ARAUJO

Sob a Orientação da Professora

Leonilde Servolo de Medeiros

e Co-orientação da Professora
Claudia Job Schmitt

Tese submetida como requisito parcial
para obtenção do grau de **Doutor em**
Ciências, no Programa de Pós-
Graduação de Ciências Sociais em
Desenvolvimento, Agricultura e
Sociedade.

Rio de Janeiro, RJ
Abril de 2014

303.4833
C346a
T

Castañeda de Araujo, Marcelo.
Ação coletiva com a internet: reflexões a partir da
Avaaz / Marcelo Castañeda de Araujo, 2014.
178 f.

Orientador: Leonilde Servolo de Medeiros
Tese (doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais.
Bibliografia: f. 172-178

1. Internet - Teses. 2. Avaaz – Teses. 3. Ação coletiva - Teses. 4. Tecnologias da informação e comunicação – Teses. 5. Redes sociotécnicas – Teses. 6. Repertórios de ação coletiva – Teses. I. Medeiros, Leonilde Servolo de. II. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Instituto de Ciências Humanas e Sociais. III. Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

MARCELO CASTAÑEDA DE ARAUJO

Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Doutor em Ciências**, no Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade.

TESE APROVADA EM 16/04/2014

Dra. Leonilde Servolo de Medeiros. CPDA/UFRRJ
(Orientadora)

Dra. Claudia Schmitt. CPDA/UFRRJ
(Co-Orientadora)

Dr. Giuseppe Cocco. ECO/UFRJ

Dr. Henrique Antoun. ECO/UFRJ

Dr. Breno Bringel. IESP/UERJ

Dr. John Wilkinson. CPDA/UFRRJ

Enquanto houver espaço, corpo, tempo e algum modo de dizer não, eu canto!

(Belchior, 1978)

AGRADECIMENTOS

Nesta tese de doutorado, procuro analisar a ação coletiva com a internet e, a partir de um estudo de caso sobre a *Avaaz*, inferir questões sobre mobilização, participação, engajamento, esfera pública e repertórios e lógicas de ação. Meus primeiros agradecimentos são direcionados ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, que me concedeu uma bolsa de pesquisa entre março de 2010 e fevereiro de 2012, bem como à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – FAPERJ, que me concedeu uma Bolsa Nota 10 entre março de 2012 e fevereiro de 2014. Estou certo de que estes apoios foram fundamentais para a execução desta pesquisa que lhes apresento.

No início o tema era outro, a orientadora também. Devo agradecer à Fátima Portilho que me orientou no primeiro ano dessa caminhada enquanto queria entender a internet entre os jovens rurais e suas implicações no consumo e nos estilos de vida. No entanto, no final de 2010 estava claro que queria que minha pesquisa versasse sobre a internet, mas sobre as possibilidades da ação coletiva. Foi quando procurei Leonilde Medeiros, que aceitou me orientar neste tema e sugeriu que Claudia Schmitt fosse co-orientadora. Se este trabalho pode ser apresentado, deve-se principalmente aos esforços das duas em reuniões que nunca acabavam, mas continuavam nas seguintes, e foram muitos encontros que construíram esta tese. Devo agradecer às duas pelas orientações atentas, pelas revisões minuciosas de cada versão desta tese, pelas críticas constantes de cada material apresentado e também pelo carinho e bom humor com que me trataram nos três últimos anos.

No âmbito do CPDA/UFRRJ, além dos funcionários, sempre atenciosos, com destaque para Teresa, Marcus, Sílvia e Henrique, devo agradecer aos professores que lecionaram disciplinas preciosas, entre os quais John Comerford, Elisa Guaraná, Maria José Carneiro, Jorge Romano, John Wilkinson e, novamente, Claudia Schmitt e Leonilde Medeiros. Além do CPDA/UFRRJ, devo agradecer à Laura Graziela Gomes (PPGA/UFF), cuja disciplina sobre cibercultura foi fundamental para a guinada que empreendi no final do primeiro ano do doutorado. Também sou grato a Henrique Antoun (ECO/UFRJ) e Breno Bringel (IESP/UERJ), que fizeram parte da minha banca de qualificação, com observações que foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Entre os colegas que conviveram comigo durante o doutorado, quero agradecer às trocas de ideia, dentro ou fora das salas de aula, aos seguintes: Sérgio Botton Barcellos, Patrícia Pavesi, Júnior Wesz, Sandra Kitakawa, Ana Paula Campos, Arnaldo Zanglmi, Flávia Galindo, Patrícia Silva, Aline Borgoff, Fabrício Teló, Jaqueline da Luz, Bianca Mazurec, Laeticia Jalil e Iby Montenegro

Sou muito grato à Diego Casaes, Pedro Abramovay e Graziela Tanaka, que concederam entrevistas importantes para desvendar a *Avaaz* pela ótica dos seus profissionais e processos de trabalho.

No âmbito pessoal, tenho muito a agradecer à Renata Gomes, namorada e companheira, que trouxe leveza para a reta final deste trabalho. Sua paciência e carinho mostram que a nossa construção do comum vem a ser permeada com muito amor.

Entre aqueles que estão sempre presentes, minha eterna gratidão aos meus pais, Adílson e Clara, bem como à minha irmã, Alessandra Castañeda, sem os quais não teria passado por situações que poderiam fazer com que este trabalho não se consumasse.

Não posso deixar de agradecer à Celi Scalon e à Maria Cândida que foram companheiras importantes durante uma parte desta trajetória. Da mesma forma, a atenção de uma amiga como a Lúcia foi fundamental. Entre aqueles amigos imprescindíveis, devo destacar Maria Luíza Sussekind, Marcella Beraldo e Pedro Alvim. Também importante agradecer a acolhida e troca de ideias sobre o que acontece no mundo em que vivemos pelo

pessoal da Universidade Nômade, em especial ao Giuseppe Cocco, mas também Bruno Cava, Pedro Mendes, Fabrício Toledo, Talita Tibola, Síndia Bungiarda, Alexandre Mendes, Adriano Pilatti, Bárbara Szaniecki, Bruno Stehling, Clarissa Moreira, Hugo Albuquerque, Natacha Rena, Sílvio Pedrosa e Tatiana Roque

Enfim, vou relacionar algumas pessoas que participaram deste período, com a certeza de estar esquecendo alguém: Michelle Duarte, Flávio Correa, Ana Paula Müller de Andrade, Beth Goidanich, Camila Lamarão, Ignacio Cano, Nicolás, Cristina Fernandes, Michele Markowitz, André Goés, Rodrigo Moreira, Flávio Paranhos, Leonardo Botto, Renata Ianarelli, André Aragão, Fabíola Rocha, Camila Sampaio, Diogo Lyra, Arthur Coelho, Antonio Engelke, Alan Tygel, Ana Luisa Sallas, Carlos Gadea, Carmen Astrid, Camila Moura, Dimitri Camiloto, Débora Lerrer, Dora de la Serviere, Felipe Segadas, Flávia Muniz Cirilo, Manuella Soares, Christian Fishgold, Gisele Andrade, Gabriela Scotto, Rosana Heringer, Luciana Gonçalves, Mariana Santarelli, Julia Leal, Iara Bulhões, José Eisenberg, José Ferreira, Manuela Cordeiro, Lívia Abdalla, Viviane Rocha, Rita Passos, Ivana Ribeiro, Lygia Costa, Lorena Fleury, Larissa Bery, Camila Almeida, Renata Vargens, Luci Gelabert, May Waddington, Mônica Zampieri, Maria Cristina Martins, Mauro Amoroso, Marina Barros, Mônica Paranhos, Talys Gon, José Renato Porto, Natália Souza, Marco Aurélio Nogueira, Orlando Costa, Maycon Almeida, Patrícia Lânes, Pedro Pio, Poliana Paiva, Patrícia Baroni, Alexandra Garcia, Ana Lúcia Enne, Quésia Souza, Raquel Souza da Silva, Tânia Freitas, Roberto Flores, Rômulo Castro, Renato Cinco, Sônia Guimarães, Solange Sá, Tatiana Bukowitz, Tatiana Di Sabatto, Felipe Maia, Viviane Moura, Verena Isaack, Vivian Fonseca, Zina Angélica, Wilson Alves e Wilson Ventura

Por fim, agradeço também àquelas pessoas anônimas, aos que por ventura não foram citados e os que demonstrarão interesse por este trabalho. Um agradecimento especial para todos aqueles que sequer conheço, mas que não desistiram quando a primeira dificuldade apareceu ou que, mesmo depois de errar o caminho, conseguiram retomá-lo, mantendo uma atitude positiva perante a vida. É possível. Certamente me identifico com vocês!

RESUMO

CASTAÑEDA DE ARAUJO, Marcelo. **Ação coletiva com a internet: reflexões a partir da Avaaz.** 2014. 178 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ. 2014.

A tese se situa no campo dos estudos sobre as formas de ação coletiva que se configuram com o advento deste conjunto de tecnologias, práticas e contextos que se constituem como internet. O objetivo do trabalho é entender como determinados grupos se constituem e agem coletivamente com a internet para demandar questões junto a um alvo político estabelecido na esfera pública. Trata-se de entender como as tecnologias da internet se associam com as práticas de agentes em contextos específicos, compondo novas configurações e reconfigurações de formas de ação coletiva, que proporcionam novas modalidades de mobilização, engajamento e participação, bem como o surgimento de novas organizações e maneiras de se organizar. A pesquisa foi realizada a partir de um estudo de caso sobre a Avaaz, uma organização surgida em 2007, que promove campanhas multitemáticas em diferentes escalas a partir do envio de *e-mails* para pessoas que estão cadastradas em sua base de dados. Dentre os métodos utilizados, destaco a perspectiva indiciária e o estudo de caso, utilizando técnicas de pesquisa como a realização de entrevistas em profundidade e a análise de conteúdo. Duas hipóteses guiaram a pesquisa: a primeira é que os atores sociais contemporâneos agem coletivamente com as tecnologias da internet e estas assumem diferentes papéis nas mobilizações políticas e formas de ação coletiva nas sociedades contemporâneas, sendo que a mobilização, o engajamento e a participação nas campanhas da Avaaz assumem uma especificidade para este ator-rede. A segunda é que a Avaaz pode ser vista como um fruto da reconfiguração do campo político pela internet, servindo como possibilidade empírica para uma análise das mudanças nos repertórios de protesto e das lógicas de ação em uma esfera pública interconectada. Entre os principais temas abarcados pelo estudo, destacam-se as mobilizações políticas contemporâneas com a internet; a caracterização da Avaaz como um ator-rede que forma coletivos heterogêneos e plurais a cada nova campanha que lança; formas específicas de mobilização, participação e engajamento com a internet que são desenvolvidas pela Avaaz; as campanhas desta organização que se constituem em uma esfera pública interconectada em uma sociedade global em rede, dando margem a pensar na emergência de um repertório digital e em uma lógica de ação conectada que convive com a ação coletiva.

Palavras-chave: Internet, Avaaz, Ação coletiva, Tecnologias de informação e comunicação; Redes sociotécnicas; Repertórios de ação coletiva.

ABSTRACT

CASTAÑEDA DE ARAUJO, Marcelo. **Collective action through the Internet: considerations on Avaaz.** 2014. 178 p. Thesis (PhD in Social Sciences in Development, Agriculture and Society). Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.

This thesis places itself in the field of studies on the different forms of collective action that emerge with the advent of the technologies, practices and the context that constitute the Internet. The goal of this work is to understand how certain groups are constituted and act collectively along with the Internet to push certain demands towards a political target established in the public sphere. We aim to understand how the technologies of the Internet are associated with the different practices in specific contexts, configuring new forms of collective action, that allow for new types of mobilization, engagement and participation, as well as the emergence of new organizations and novel forms of arrangement. This research focuses on a case study about *Avaaz*, an organization created in 2007 and that promotes multi-thematic campaigns in different geographic scales, by sending emails to individuals registered in their database. Among some of the methods employed in this research, are the evidentiary perspective and the case study, through the use of research techniques such as in-depth interviews and content analysis. Two major hypotheses guide this research: the first one is that the contemporary social actors act collectively along with the technologies of the Internet, which assume different roles in the political mobilizations and forms of collective action in the contemporary societies, therefore, mobilization, engagement and participation in the *Avaaz* campaigns take on a specific nature to that actor-network; the second one is that *Avaaz* can be understood as a result of the reconfiguration of the political field brought forth by the Internet; in that sense it can serve as an empirical starting point for an analysis of the reconfiguration of the repertoires of protest and the logics of action in an interconnected public sphere. Among the main themes addressed in this study are: the contemporary political mobilizations through the Internet; the characterization of *Avaaz* as an actor-network that forms heterogeneous and diverse collectives in each new campaign; specific forms of mobilization, participation and engagement through the Internet developed by *Avaaz*; the campaigns proposed by the institution that form an interconnected public sphere situated in a networked global society, which allows for conceiving the emergence of a digital repertoire and a logic of connected action that coexists with traditional collective action.

Keywords: Internet, *Avaaz*, Collective Action, Information and Communications Technologies; Social-Technical Networks; Repertoires of Collective Action.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Membros da <i>Avaaz</i> ao redor do mundo.....	55
Tabela 2: Número de membros da <i>Avaaz</i> por país.....	55
Tabela 3: Temas das campanhas.....	61
Tabela 4: Alvos da <i>Avaaz</i>	64

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Campanha pela regulação da Ficha Limpa.....	72
Quadro 2: Campanha Belo Monte.....	75
Quadro 3: Campanha Código Florestal.....	78
Quadro 4: Lógicas de ação.....	158

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Avaaz como ator-rede.....	57
Figura 2: Alertas recebidos por mês.....	60
Figura 3: Conteúdo dos alertas.....	61
Figura 4: Texto do alerta de <i>e-mail</i> “24 horas para impedir a pena de morte a gays em Uganda.....	82
Figura 5: Alerta de <i>e-mail</i> “Hoje: Ficha Limpa ameaçada”.....	111
Figura 6: Página da petição “O Poder das Pessoas VS Indústrias Petrolíferas”.....	112
Figura 7: Página da campanha para envio de mensagens “Belo Monte: respeito à constituição já”.....	113
Figura 8: Página do pedido de doação “Apoie a Avaaz”	114

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I - MOBILIZAÇÕES TRANSNACIONAIS CONTEMPORÂNEAS COM A INTERNET	
14	
1.1. A Guerra em Rede e as Redes de Guerra.....	14
1.2. A Internet na Rede de Guerra Zapatista.....	16
1.2.1. Disseminar informações e construir a rede.....	19
1.2.2. Comunicação e solidariedade.....	22
1.3. O Papel da Internet nos Movimentos por uma Globalização Alternativa.....	26
1.3.1. Antes de Seattle.....	28
1.3.2. A Batalha de Seattle.....	29
1.3.3. Depois de Seattle.....	32
1.4. Internet: Ferramenta Comunicacional e Recurso Organizacional.....	34
1.5. A Internet nas <i>Redes de Indignação e Esperança</i>	38
CAPÍTULO II - AS CAMPANHAS DA AVAAZ: MODUS OPERANDI COMO ATOR-REDE	
46	
2.1. O “Efeito MoveOn” e Transformações nas Organizações de <i>Advocacy</i> nos EUA.....	47
2.2. A Avaaz como um Ator-rede.....	52
2.3. Alertas, Temas e Alvos das Campanhas.....	59
2.4. O Trabalho de Fabricação das Campanhas: Organizando Ação Coordenada.....	65
2.5. Uma Análise de Campanhas no Contexto Brasileiro.....	71
2.5.1. Ficha Limpa.....	71
2.5.2. Belo Monte.....	74
2.5.3. Código Florestal.....	78
2.6. Uma Análise Textual dos Alertas de <i>E-mail</i>	81
2.6.1. Senso de ação coletiva.....	85
2.6.2. Urgência.....	86
2.6.3. Tom emocional.....	87
2.7. O “Mundo que a Maioria das Pessoas Querem”: Valores em Jogo.....	89
CAPÍTULO III - MOBILIZAÇÃO, PARTICIPAÇÃO E ENGAJAMENTO NAS CAMPANHAS DA AVAAZ	
94	
3.1. Mobilização Política nas Campanhas da Avaaz.....	94
3.2. Participação nas Campanhas da Avaaz.....	104
3.3. Engajamento entre os Membros da Avaaz.....	117
CAPÍTULO IV - REPÓRTEROS E LÓGICAS DE AÇÃO DA AVAAZ NA ESFERA PÚBLICA	
127	
4.1. A Ideia de Esfera Pública.....	130
4.2. Internet e uma Esfera Pública Interconectada.....	137
4.3. Os Repórteres de Ação.....	146

4.4. A Emergência de um Repertório de Ação Digital.....	152
4.5. Lógica da Ação Conectada e Lógica da Ação Coletiva.....	157
CONSIDERAÇÕES FINAIS	
164	
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
172	

INTRODUÇÃO

Em uma manhã do dia 23/10/2013, um indivíduo estava trabalhando em frente a um computador e recebeu um *e-mail* de uma organização chamada *Avaaz*. Ele estava cadastrado na base de dados desta organização que mobiliza indivíduos para participar de campanhas de cunho político, humanitário ou ambiental ao redor do mundo enviando *e-mails* com uma frequência regular. Naquele dia, o indivíduo abre o *e-mail*, que apela para que seja assinada uma petição que pretende reunir um milhão de assinaturas “para acabar com o sofrimento dos animais”. Ao se identificar com o tema, clica em um *link* que está no texto do *e-mail*, sendo levado a interagir em uma página do *site* desta organização, onde irá assinar a petição. Depois dessa adesão, o indivíduo pode compartilhar sua ação em *sites* de redes sociais, como o *Facebook* ou o *Twitter*.

Este processo pode levar de cinco a dez minutos. É o tempo que dura o engajamento nesta oportunidade de participação viabilizada pela *Avaaz*. Feito isso, no caso em tela, ele volta a fazer o seu trabalho. Provavelmente na semana seguinte um novo *e-mail* será enviado pela *Avaaz* para indivíduos cadastrados em seu *mailing* e este indivíduo passará por este processo de escolha novamente pelo menos uma vez por semana. Outra possibilidade é o indivíduo não ter tempo de abrir o *e-mail* naquele momento, não se interessar pelo tema da campanha, não gostar da organização ou a mensagem ir para a caixa de *spam*. Nessas situações, ele não despende quase tempo algum com o *e-mail* recebido.

A situação hipotética relatada acima permite colocar algumas questões: como os indivíduos agem coletiva e politicamente com a internet? No que e como a internet vem contribuindo para as mobilizações locais, nacionais e transnacionais contemporâneas? Como funciona esta organização, a *Avaaz*, que mobiliza indivíduos ao redor do mundo oferecendo oportunidades de participação para o engajamento de indivíduos em suas campanhas? O que essas ações permitem refletir sobre ações na esfera pública, os repertórios e as lógicas de ação? Com estas questões em mente como ponto de partida, nesta tese procuro entender as nuances e os processos presentes nas possibilidades de ação coletiva com a internet, a partir de uma reflexão que parte das formas de ação coordenadas pela *Avaaz*.

Em função de seus diferentes e diversos usos e práticas em várias áreas da vida humana, a internet representa uma fértil novidade para o campo da pesquisa sociológica. Nesta tese, eu me volto para aspectos relacionados às implicações políticas a ela associadas, procurando compreender se este conjunto de tecnologias, práticas e contextos — social e tecnicamente imbricados em uma sociedade global — reconfigurou as formas de ação coletiva, em especial a mobilização, o engajamento e a participação em ações de reivindicação ou protesto desenvolvidas por organizações da sociedade civil.

Ao contrário das tecnologias da era industrial (telégrafo, trem, telefone, *mainframe*), que precisam de sistemas hierárquicos formais para coordenação, as tecnologias atuais (em especial a internet, os computadores pessoais e os telefones celulares) reduziram a necessidade de coordenação por hierarquia, tomadas de decisão centralizadas e burocracias caras, e, assim, reduziram o custo de coordenar as experiências individuais em organizações formais, sendo que estas experiências passam a ser menos determinadas pelo capital humano e financeiro que reside nas organizações e mais orientadas pelos desejos destes indivíduos sobre o que uma adesão deveria ser. Bimber *et al* (2012) assinalam que as escolhas de *design* fazem da estrutura da internet algo ideal para a inovação através de padrões flexíveis e técnicos programáveis que suportam modificação, controle e interconectividade do usuário final.

A internet surge no final dos anos 1960. Castells (2003) destaca que, neste período, começaram as trocas de informações entre um pequeno círculo de cientistas da computação ligados ao Departamento de Defesa norte-americano para formatar uma rede de comunicação eletrônica. Daí se seguiu a formação de uma rede de comunicação por computador e as primeiras comunidades reunindo cientistas e *hackers*¹ no final dos anos 1970, ainda restritas ao ambiente universitário, em especial nos EUA e Europa. O autor assinala que, para a sociedade em geral, a internet nasceu em 1994: privatizada e com uma arquitetura técnica aberta que permitia a interconexão das redes de computadores em qualquer lugar do mundo.

Castells considera que, a partir de meados dos anos 1990, a difusão permanente, progressiva, global, mercadológica e desigual da internet passa a constituir um fenômeno, em constante mudança, que marca e caracteriza as sociedades contemporâneas. Nos últimos vinte anos, ao transformar as formas de comunicação, a internet vem afetando profundamente a vida cotidiana, configurando-se como uma rede heterogênea, social e tecnicamente imbricada, que articula diferentes tecnologias, práticas e contextos, interconectando indivíduos e objetos situados em algum lugar em particular.

Os indivíduos utilizam a internet cada vez mais, exclusivamente, ou em combinação com outros meios de comunicação, para obter informações sobre determinados assuntos, ler jornais, participar de atividades acadêmicas e profissionais, comunicar-se com amigos ou estranhos. Frenette *et al* (2011) assinalam que tais práticas mostram uma transformação nas formas como os indivíduos aprendem, conduzem seus negócios, interagem uns com os outros e participam em empreendimentos coletivos.

A internet vem sendo tratada por diferentes autores, com perspectivas diferenciadas. Nesta tese, procuro mobilizar uma ampla literatura, com vários pontos de tensão, que sinalizam para o caráter heterogêneo da rede e dos estudos sobre ela. Isso me colocou o desafio de lidar com autores críticos junto com outros que se mostram mais otimistas com as possibilidades de transformação trazidas pela internet. Com esta literatura complexa e suas várias vozes contraditórias entre si, acabei por discuti-las pelo caso empírico em tela, ou seja, a partir das ações da Avaaz, procurei equacionar possíveis impasses. O desafio é buscar pontos de conexão entre autores que abordam o tema por diferentes perspectivas analíticas, a fim de, a partir de um caso, entender esta rede e suas articulações e fluxos.

Miller *et al* (2000) defendem um olhar que apreenda tanto traços múltiplos e específicos de agentes que criam relacionamentos, quanto a tecnologia como um componente ativo. Nesta perspectiva, o ponto de partida é a forma pela qual uma tecnologia de comunicação se encontra enraizada em algum lugar. As tecnologias e aplicativos presentes em *e-mails*, *sites*, *blogs*², plataformas de comunicação configuram diferentes conjuntos que se associam a práticas e contextos articulados em uma arquitetura de rede, constituindo o que se convencionou chamar de internet.

Se a internet é um conjunto de tecnologias, práticas e contextos que permite estabelecer novas conexões e associações, estas tecnologias podem ser vistas como participantes na composição de coletivos políticos heterogêneos, como na perspectiva da

¹ Khan *et al.* (2005) destacam que o termo *hacker* inicialmente significa alguém que faz inovações criativas em sistemas computadorizados para facilitar a troca de informações e a construção de novas comunidades. Entretanto, para além da cooptação corporativa, estatal e midiática do termo, *hackear* eventualmente sugere um tipo de terrorismo pelo qual *nerds* maliciosos invadem ilegalmente e rompem sistemas computadorizados fechados ou proliferam códigos de computador conhecidos como vírus e worms, que tornam incapazes redes e computadores.

² Termo que designa um *site* cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos de artigos ou *posts*. Estes são, em geral, organizados de forma cronológica inversa, tendo como foco a temática proposta do *blog*, podendo ser escritos por um número variável de indivíduos, de acordo com a política do *blog*.

teoria do ator-rede, desenvolvida por Bruno Latour (2005), que chama atenção para a possibilidade de entender as tecnologias da internet como mediadores de certas formas de ação coletiva.

O fenômeno de difusão da internet reflete a emergência de uma “complexa dialética pela qual a especificidade é um produto da generalidade e vice-versa” (MILLER & SLATER, 2000, p.7). Os indivíduos transformam continuamente a internet por meio dos diversos usos que fazem dela. Ainda que estas tecnologias configurem uma rede de comunicação global, Castells (2003, p. 12) assinala que “seu uso e sua realidade em evolução são produto da ação humana sob as condições específicas da história”.

Schulz (2007a) chama atenção para o fato de que a disponibilidade de uma infraestrutura técnica não constitui uma comunicação efetiva, pois a realização de atos de entendimento comunicativo pressupõe interesses e vontades correspondentes. A demanda por possibilidades específicas de comunicação necessita somar-se às descobertas técnicas, a fim de que uma infraestrutura de mídia possa se difundir. Considerando que a cultura social das mídias e sua constituição técnica caminham lado a lado, a globalização socioeconômica e o desenvolvimento da internet transcorrem simultaneamente, beneficiando-se reciprocamente.

Antoun (2004b) ressalta um ponto comum às redes de comunicação baseadas na internet: as interações contrapõem um poder de informação a uma potência de comunicação. Se, do ponto de vista material, a internet se assemelha a um eficaz e igualitário meio de transporte de informação, igualando todos os nós da rede, essa infraestrutura material depende da força das comunicações que venham povoar sua superfície. Os serviços de correio eletrônico (*e-mail*), os grupos de discussão (*newsgroups* e listas), os lugares de bate-papo (*Messengers* e *Skype*), os jogos compartilhados, toda rede visual e intuitiva dos *sites* e documentos virtuais (*world wide web*) e, mais recentemente, os *sites* de redes sociais inscrevem sucessivos saltos no povoamento da internet, este lugar idealizado inicialmente pelos militares norte-americanos para o comando, controle, comunicação, computação e informação.

O autor mostra que a internet escapou de um isolamento individual encastelado nas redes de comunicações por microcomputadores em função do crescimento da participação comunitária nas comunidades virtuais e nas redes de parcerias (*peer-to-peer*)³ com seus projetos de atividades comuns compartilhados, que integraram o espaço topológico da internet com o espaço das redes sociais e o espaço geográfico mundial. A emergência do casamento dos dispositivos de redes sem fio (*wi-fi* e *wireless*) com as redes de parceria implementado pelos movimentos sociais e conduzidos pelas comunidades virtuais contrariou a tendência corporativa⁴ que parecia dominar a expansão da internet no início dos anos 1990, configurando um processo de imbricamento sociotécnico, que conforma um novo campo de relações, social e tecnicamente imbricadas, em desenvolvimento nas sociedades contemporâneas.

Pereira (2011) procura analisar como a internet pode favorecer a criação e o aperfeiçoamento de novos repertórios de ação dos movimentos sociais e organizações

³ Bauwens (2006) entende que os processos P2P ocorrem em redes distribuídas, ou seja, redes em que agentes autônomos podem determinar livremente o seu comportamento e ligações sem o intermédio obrigatório de *hubs*. Uma rede P2P é baseada em energia distribuída e acesso distribuído aos recursos. Em sistemas distribuídos, tais como a internet, os centros podem existir, mas não são obrigatórios e os agentes podem sempre evitá-los.

⁴ Antoun (2004b) entende que, desde 1995, as grandes corporações pressionavam os rumos da internet na direção de um grande local de armazenamento, que seria habitado por gigantescos bancos de dados sob a ação dos invisíveis agentes de rede, ou de um superaparelho de distribuição paga de informação e entretenimento, através da implementação da mídia de fluxo, da banda larga, da criptografia de segurança e das leis de propriedade intelectual.

contemporâneas, através do desenvolvimento de novos processos constitutivos, organizativos e de mobilização. O autor aponta formas pelas quais a internet colabora com a construção da esfera pública, vista como um espaço de disputa, negociação, definição e redefinição de significados entre atores sociais. A internet aumenta o escopo das possíveis práticas que podem ou não favorecer a legitimidade do sistema democrático.

O autor entende que a internet oferece condições para que um processo reflexivo de recepção das mensagens aconteça de forma diferente das mídias tradicionais, na medida em que se trata de um dispositivo no qual as interações podem tomar as seguintes formas: um para um, um para muitos, muitos para muitos, muitos para um. As informações e comunicações podem circular nos níveis local, nacional ou global e, com baixas barreiras de entrada, permitir que a contrainformação, tão cara aos movimentos sociais, se desenvolva e alcance espaços e indivíduos a custos mais baixos do que através dos meios tradicionais de informação e comunicação. A questão dos custos é fundamental neste trabalho, em especial para a mobilização, a participação e a organização de campanhas.

Os movimentos e organizações da sociedade civil encontraram na internet um meio capaz de fornecer as condições necessárias para a criação de canais informativos e comunicativos alternativos aos grandes meios de comunicação de massa. Nestes espaços, atores da sociedade civil podem interagir através da troca de informações e percepções sobre determinadas questões. Como caixas de ressonância, são capazes de trazer para a esfera pública questões que até então estavam silenciadas. Com a internet se constroem espaços para que estas questões sejam tematizadas, articuladas e publicizadas, tornando possível a sua visibilidade no espaço público através da produção e distribuição de informações de forma mais democrática e menos controlada em relação à mídia tradicional.

Pereira (2011) entende que o ativismo *online* pode se desenvolver através de duas estratégias: a primeira é aquela na qual a internet é utilizada como um apoio, de forma a fortalecer outras formas de ação política que já ocorriam, como por exemplo, o uso de *e-mails* e de plataformas sociais para informar os militantes sobre uma manifestação presencial ou mesmo para mobilizar assinaturas em uma petição ou enviar mensagens a alvos estabelecidos, como no caso da Avaaz. A segunda é aquela em que somente através da internet a ação poderá ser realizada, tal como uma invasão de página, ou seja, a internet é o meio no qual a ação se desenvolve.

Khan *et al.* (2005) mobilizam o conceito de tecnopolíticas para descrever como a internet, em especial, mas também outras tecnologias da informação e comunicação – TICs, facilitaram a emergência mundial dos movimentos antiglobalização, antiguerra e anticapitalismo, que aglutinaram comunidades locais e grupos, possibilitando pensar na internet como uma ferramenta política inserida em uma dialética entre global e local.

Os autores chamam atenção para as formas e usos das tecnologias corporativas e dominantes, em especial a internet e os telefones celulares, e, ao mesmo tempo, buscam reconstruir estas tecnologias para entender projetos de conflitos sociais e políticos específicos. Ao reconhecer as limitações políticas da internet, eles desenvolvem uma crítica dialética sobre como a informação emergente e as novas TICs facilitaram movimentos políticos e culturais de oposição, abrindo possibilidades para que uma série de mudanças e conflitos possam ser vistos como uma dimensão importante da contemporaneidade.

Muito além de um meio ou uma hipermídia, a internet constitui, junto com práticas e contextos específicos, um espaço dinâmico e complexo, onde indivíduos podem construir e experimentar práticas identitárias, culturais e sociais. Khan *et al.* (2005) destacam que as tecnologias da internet possibilitam que uma enorme quantidade de informações de várias fontes sejam apreciadas mais facilmente por um número de indivíduos que constitui uma

audiência maior do que qualquer outro instrumento de informação e comunicação na história. Por outro lado, chamam atenção para uma mudança nas relações face-a-face, a ameaça das tradicionais noções de comuns, a expansão das estruturas do imperialismo ocidental e o avanço do capitalismo pelo mundo, todos estes pontos também associados à internet.

Tanto Antoun (2004a) quanto Leetoy (2004) destacam a dupla origem das tecnologias informacionais de comunicação que constituíram a internet e os sistemas hipermídia através da comunicação mediada por computador, tendo em vista que foram fundadas tanto nas necessidades estratégicas da máquina militar, quanto nos investimentos de uma política democrática. O que foi um instrumento de comunicação utilizado pelo *establishment* militar dos EUA, pode se converter em uma ferramenta multifacetada e multidirecional de troca de informações. Por sua vez, Martinez-Torres (2001) ressalta um paradoxo da revolução das comunicações na medida em que as mesmas tecnologias que levaram o mundo capitalista a um novo estágio de desenvolvimento — a globalização corporativa —, também impulsionaram movimentos anticorporações e por uma globalização alternativa. Não se trata de fortalecer qualquer tipo de maniqueísmo sobre o uso das tecnologias para o “bem” ou para o “mal”, mas de ressaltar o esforço de desenvolvimento de ferramentas tecnológicas descentralizadas e multiuso mediante disputas que tem seu lugar até o presente momento.

Mediante estas tensões e paradoxos, o desafio é começar a perceber a realidade política das tecnologias da internet como complexas séries de lugares aos quais se incorporam práticas reconstruídas de cidadania a partir de novas formas de ativismo político, ainda que, ao mesmo tempo, reproduza a lógica do capital e se torne cooptada por forças hegemônicas. Afinal, desde os primórdios da internet no final dos anos 1960, por exemplo, os *hackers* a têm reconstruído criativamente e criado programas e códigos que facilitam o compartilhamento de material de pesquisa, comunicação e construção de comunidades⁵.

Khan *et al.* (2005) chamam atenção para o fato de que o progressivo uso político da internet não absolve estas tecnologias de serem criticadas e teorizadas como ferramentas e extensões do que pode ser entendido como um tecnocapitalismo global. Aceitando isso, a internet aparece como um terreno politicamente em disputa, tendo em vista que, numa visão ideal de tipos que se opõem, as forças subculturais alternativas e grupos políticos progressistas estão articulados em oposição às forças mais reacionárias, conservadoras e dominantes. Vale destacar que não se trata apenas destas duas forças, mas de uma enorme quantidade delas, que se articulam e desarticulam. Assim, da mesma forma que é importante criticar os caminhos pelos quais estas tecnologias podem servir como instrumentos unidimensionais, também é necessário examinar os caminhos pelos quais se dá a ação coletiva com a internet.

Torna-se importante compreender a internet e os múltiplos agentes que nela e com ela atuam como um domínio dos atuais conflitos políticos ao criar a base de um movimento mundial anti-guerra/pró-paz, de justiça social e de defesa de direitos sem precedentes durante um tempo de terrorismo, guerra e intensa contestação política. Além disso, a internet passou

⁵ Em termos de uma pré-história do ativismo na internet, Khan *et al.* (2005) mencionam o movimento da comunidade midiática que desde os anos 1960 vem promovendo mídia alternativa, como acesso público à televisão, rádios comunitárias e uso público das novas TICs. De um lado, muitas discussões políticas iniciais da internet se voltavam para as técnicas e grupos que construíram código, arquitetura e relações sociais de uma tecnocultura. Sites como *Wired* (www.wired.com) e *Slashdot* (www.slashdot.org) possibilitaram espaços para postagens e discussões que misturavam tecnologia, política e cultura, bem como lugares para promover e circular softwares abertos, bem como para criticar corporações como a *Microsoft*. De outro lado, tecno-subculturas políticas, como os anarquistas que frequentavam o *Infoshop* (www.infoshop.org) também usaram a internet para informar, gerar solidariedade, propagandear e contestar poderes e forças hegemônicas.

por situações de mudança neste período, tornando-se um meio mais democrático e participativo e gerando formas inovadoras de *design* comunicativo.

A internet constitui, hoje, uma montagem complexa de uma variedade de grupos e movimentos — dominantes e oposicionistas, reacionários e democráticos, globais e locais. Para Khan *et al.* (2005), um desafio para desenvolver uma teoria crítica da globalização na perspectiva das tecnopolíticas contemporâneas é pensar, através das relações entre global e local, observando como forças globais influenciam e eventualmente estruturam um crescente número de situações locais. Por outro lado, isso requer analisar também como forças locais mediam o global, modulam forças globais para diversos fins e produzem configurações únicas do local e do global como matrizes para pensar e agir na vida cotidiana.

O uso da internet como parte dos conflitos políticos no âmbito do ativismo transnacional pode ser visto nas ações de grupos como o Exército Zapatista de Libertação Nacional - EZLN, bem como no papel desempenhado na organização das manifestações anti-corporações e por uma globalização alternativa⁶, da Batalha de Seattle até os dias atuais. Khan *et al.* (2005) também chamam atenção para a emergência de formas interativas de mídia na internet, como *blogs*, *wikis*⁷ e *sites* de redes sociais, que se tornaram ferramentas de comunicação⁸.

Do surgimento do movimento zapatista até a explosão da Batalha de Seattle, Antoun (2004b) destaca que as comunidades virtuais têm se afirmado como forma típica de organização. Elas surgiram com a internet, baseadas em uma multiplicação do conhecimento produzido e apropriado como um bem comum. Fundadas na lógica de que o participante agrupa a informação ou conhecimento que possui para o debate, tendo como contrapartida todas as informações e conhecimentos dos demais membros, as comunidades virtuais produziram inumeráveis serviços de comunicação nos quais o conhecimento, que se faz através das demandas e das ofertas dos usuários, se traduz em valores e confiança.

As novas TICs são ambíguas na medida em que constituem uma transformação na vida cotidiana em direção a cenários mais participativos e democráticos, mas coexistem com processos que promovem e divulgam a sociedade capitalista de consumo individual e competição, bem como modos emergentes de fetichismo, alienação e dominação, que assumem novos contornos e abrem novas frentes. Com isso, quero alertar para a plasticidade nos usos da internet, este conjunto de tecnologias, práticas e contextos, social e tecnicamente imbricados.

⁶ Khan *et al* (2005) destacam que, inicialmente, o movimento por uma globalização alternativa se apresentava literalmente como antiglobalização. Entretanto, o movimento se tornou crescentemente global, agregando uma diversidade de movimentos em redes de afinidades e usando a internet e instrumentos da globalização para avançar suas agendas. Seria apropriado dizer que o movimento encarna uma globalização “de baixo” e globalizações alternativas que defendem justiça social, igualdade, trabalho, liberdades civis, direitos humanos universais e um planeta saudável, livre das devastações de uma estratégia neoliberal descontrolada. O movimento anti-capitalismo/globalização começou a defender visões e valores comuns e começou a se definir em termos positivos como um movimento pela justiça global.

⁷ Trata-se de um conjunto de páginas na internet que qualquer indivíduo pode editar e aprimorar; é uma espécie de documento colaborativo.

⁸ Khan *et al* (2005) entendem que *blogs* e *wikis* são exemplos emergentes da tendência no desenvolvimento da internet em direção a um software social que liga os indivíduos em rede em torno de interesses similares e outras conexões semânticas. Parte do sucesso dos *blogs* deveu-se à facilidade de criar e manter, mesmo por usuários que não são tecnicamente tão habilitados. Já os *sites* de redes sociais como *Friendster*, *LinkedIn*, *Ryse*, *Orkut* e *FriendFan*, e mais recentemente *Facebook* e *Twitter*, permitem a formação de grupos em torno de interesses comuns, enquanto criam vínculos entre amigos, familiares e conhecidos.

A internet pode ser vista, assim, como parte importante de um terreno minado, povoado por diferentes tradições políticas e por muitas culturas dominantes e subculturas que promovem suas próprias agendas e interesses. As batalhas políticas do futuro poderão ser travadas nas ruas, fábricas, parlamentos e outros espaços de luta do passado e presente, mas a política já é mediada pela internet, por transmissores, computadores e tecnologias da informação e será mais ainda no futuro (KHAN *et al.*, 2005). Em parte, este desenvolvimento abre possibilidades radicais para uma gama maior de opiniões, novos modos de comunidades políticas, bem como formas originais de ação política.

As subculturas ativistas *online* e grupos políticos materializam um espaço vital de oposição política e cultural, tanto que uma grande quantidade de indivíduos e grupos tem utilizado as tecnologias emergentes para ajudar a produzir relações sociais criativas e formas de possibilidade política democrática. Desta forma, a internet abre possibilidades para o desenvolvimento de uma economia simbólica alternativa aos meios de comunicação de massa, com formas próprias de cultura e política, bem como com instrumentos específicos de luta política.

Por fim, Castells (2009) pensa as redes de mobilização política e de poder que se configuram com a internet mediante aportes teóricos como o poder comunicacional, em especial o poder para criar redes globais de comunicação baseadas em programadores e conectores; os processos de autocomunicação de massas, com os quais muitos emissores-receptores se comunicam com outros muitos emissores-receptores com a mediação da internet, alargando as possibilidades de comunicação em relação à mídia corporativa; e a ação coletiva em uma sociedade em rede, com especial destaque para os movimentos de contrapoder que se formam em redes globais de comunicação.

O ponto comum entre os autores mencionados até aqui é a tentativa de entender as dinâmicas que possibilitam essa imbricação entre tecnologias da internet e determinadas comunidades de ativistas, que tem a auto-determinação e a construção coletiva e participativa como dimensões importantes em sua agenda, que engloba uma variedade de questões, tais como o acesso à informação, a luta contra a globalização capitalista, a guerra imperialista, a devastação ecológica e outras formas de opressão. Desta forma, representam aportes analíticos sobre importantes formas de agências de oposição nos conflitos por justiça social e democracia participativa. Neste ponto, vale salientar que a própria categoria ativista se alarga com a internet, na medida em que vai além do engajamento e participação em movimentos sociais e organizações da sociedade civil, atingindo meandros mais individualizados da ação, que não necessariamente passam por uma organização ou movimento social.

O objetivo da tese é buscar indícios para entender como determinados grupos se constituem e agem coletivamente com a internet para demandar questões junto a alvos políticos que são construídos em contextos e ações que se fazem na esfera pública. Sob a influência da teoria do ator-rede (LATOUR, 2005) entendo que os grupos agem coletivamente *com a internet*, ou seja, que as tecnologias da internet podem ser vistas como participantes dos cursos de ação, na medida em que fazem a diferença na composição de coletivos heterogêneos, na medida em que algumas ações não se concretizariam sem a internet. Logo, não se trata de agir *na* internet, *através da* internet ou *pela* internet, mas *com a* internet. Trata-se, portanto, de entender como as tecnologias da internet se associam com as práticas de agentes em contextos específicos, compondo novas configurações e reconfigurações de formas de ação coletiva, que proporcionam novas modalidades de mobilização, engajamento e participação, bem como o surgimento de novas organizações e maneiras de se organizar.

Para tal, o trabalho busca trazer uma contextualização histórica dos papéis da internet em alguns movimentos sociais transnacionais, tais como o zapatismo, os movimentos por uma

globalização alternativa e aqueles que tomaram forma no ano de 2011 — Primavera Árabe, os *Indignados* e o *Occupy Wall Street*, entre outros — como pano de fundo para aprofundar, em um estudo de caso, uma análise das ações empreendidas pela *Avaaz*. Esta organização surgiu recentemente, em 2007, e seu significado remete à “voz”. Sua formação começou a ser articulada em meados de 2006, com base em modelos de mobilização *online* desenvolvidos ao longo da primeira década do século XXI. Neste processo de formação, destaca-se a consultoria da *Purpose*⁹, bem como a participação de integrantes de organizações como a *Res Publica*¹⁰ e a *MoveOn.org*¹¹.

O objetivo deste grupo inicial era conceber uma estrutura de mobilização global que aproveitasse os potenciais das novas tecnologias da informação e comunicação, em especial a internet, o que não existia até então. O atual diretor-executivo da *Avaaz*, o canadense Ricken Patel¹², foi um destes fundadores, integrando a *Res Publica*. Depois de registrar uma sede fiscal em Nova Iorque, Estados Unidos da América, a *Avaaz* começou a atuar no fim de janeiro de 2007. Os demais fundadores se desvincularam, voltando para suas organizações de origem, ficando apenas Patel à frente.

Esta organização se define como uma “comunidade de mobilização *online* que leva a voz da sociedade civil para a política global”¹³, podendo ser vista como uma organização de *advocacy*¹⁴, que procura a defesa de direitos, buscando influenciar a formulação e execução de políticas junto ao poder público e à sociedade de modo geral. Schieck (2008) entende a *Avaaz* como uma nova rede de mobilização global, cuja missão democrática é acabar com a

⁹ Em seu site, a *Purpose* se define como uma consultoria especializada em “criar movimentos sociais do século XXI”, buscando “implantar o poder coletivo de milhões e milhões de cidadãos e consumidores para resolver alguns dos maiores problemas do mundo”. Fundada pelo australiano Jeremy Heimans, a *Purpose* desenvolve e lança seus próprios movimentos sociais e de consumidores, disponibilizando seu “modelo de movimento empreendedor” para trabalhar com organizações e empresas “progressistas” a fim de ajudá-los a mobilizar ações com propósitos específicos em larga escala. Dentre as organizações criadas pela *Purpose*, destacam-se a *GetUp!*, que se volta para questões australianas, a *All Out*, voltada para a causa LGBT, e o *Meu Rio*, que se volta para as questões do Estado do Rio de Janeiro (<http://www.purpose.com/about-purpose/who-we-are/>, acesso em 15/03/2012, 19:04).

¹⁰ A *Res Publica* se apresenta como uma comunidade de “empreendedores públicos” que se dedicam à promoção de boa governança, virtude cívica e democracia deliberativa, que escolhem sua localização e projetos baseados em ameaças que identificam ao bem público, buscando oportunidades para maximizar o impacto de suas ações. Esta organização propõe um novo modelo de “respostas rápidas, flexíveis e específicas aos problemas abordados, focando os resultados, bem como a criatividade, a eficácia e a inovação”. Dentre seus membros, destacam-se Ricken Patel, atual diretor-executivo da *Avaaz*; Tom Perriello, atualmente deputado norte-americano pelo Estado da Virgínia; e Tom Pravda, que atua como consultor de conflito, segurança, governança e empreendedorismo social na *Integrity*, uma empresa inglesa (<http://therespublica.org/index.htm>, acesso em 15/03/2012, 18:53).

¹¹ A *MoveOn.org* foi criada em 1998, por dois empresários do Vale do Silício, Joan Blades e Wes Boyd, e teve grande destaque nos protestos contra a Guerra do Iraque, em 2003. Atualmente, possui cerca de 5 milhões de membros que financiam as ações empreendidas por esta “família de organizações” que atua nos Estados Unidos da América, dando voz aos norte-americanos “em um processo político dominado pelo dinheiro e lobistas”. A *MoveOn.org* é constituída por duas organizações: a *MoveOn.org Civic Action*, que se volta para questões relacionadas com educação e defesa de direitos; e a *MoveOn.org Political Action*, que mobiliza norte-americanos para pressionar o Congresso Nacional e ajudar os candidatos eleitos que refletem os valores de seus membros (<http://www.moveon.org/about.html>, acesso em 15/03/2012, 18:27).

¹² Um perfil de Ricken Patel foi publicado no *The Times* em uma matéria com título sugestivo: *Can Avaaz change the world in a click?* (<http://www.scribd.com/doc/48808533/The-Times-profile-of-Avaaz-and-Ricken-Patel-Feb-9-2011>, acesso em 17/05/2011, 8:33).

¹³ <http://www.avaaz.org/po/about.php> (acesso em 20/07/2011, 15:07).

¹⁴ Na falta de uma tradução literal, considero que o termo designa as ações que podem ser vistas fundamentalmente como defesa de direitos a partir de um grupo de interesse.

brecha entre o “mundo que nós temos” e o “mundo que queremos”, expressões recorrentes no site da *Avaaz*: utilizando as tecnologias da internet, cidadãos se conectam e se mobilizam para além das fronteiras de seus países apresentando uma nova voz para a política internacional que anteriormente era inacessível à população.

Neste ponto, destaco a diferença entre as formas de ação coletiva e os movimentos sociais, tendo em vista que a tese começa analisando os papéis da internet em diferentes movimentos sociais para dar cabo de uma análise de ação coletiva coordenada por uma organização, a fim de mostrar os diferentes papéis que estas tecnologias desempenham. Um movimento social pode ser visto como um tipo específico de ação coletiva que toma forma na esfera pública e se caracteriza por uma identidade comum compartilhada entre seus integrantes, bem como pela construção de demandas junto a um alvo estabelecido. As campanhas da *Avaaz* configuram um tipo específico de ação coletiva que é coordenada por uma organização. Ainda que construa demandas para alvos específicos, esta “comunidade de mobilização *online*” não constitui uma identidade compartilhada entre seus membros, em especial pelo caráter multitemático de suas campanhas e pela ausência de um espaço de deliberação comum e encontros contínuos entre os que são vistos como membros desta comunidade.

A atuação da *Avaaz* comprehende a elaboração de campanhas multitemáticas, abordando um amplo leque de questões humanitárias, ambientais e democráticas a partir de uma escala transnacional. Estas campanhas buscam mobilizar indivíduos ao redor do mundo ao enviar *e-mails* para exercer pressão na tomada de decisões em diferentes escalas, em especial nacional e global. A petição eletrônica é a estratégia de ação mais utilizada. No Brasil, a campanha de maior visibilidade foi pela aprovação da Lei da Ficha Limpa, que contou com uma análise pormenorizada de Breuer *et al* (2012).

Desde a sua formação, a *Avaaz* conta com uma equipe profissional, que vem se expandindo ao longo do tempo: em pouco mais de sete anos de atuação, passou de doze profissionais espalhados pelo mundo, atuando em vários países, para algo em torno de 80 a 90, incluindo a área técnica. Devido ao seu propósito de atuar globalmente, a organização não mantém escritórios nacionais e sua sede serve como uma espécie de base administrativa e financeira para receber doações e apoiar as ações que são deflagradas com a internet pelos seus profissionais, que atuam espalhados pelo mundo comunicando-se através de plataformas com a internet, buscando o engajamento e participação dos seus mais de 33 milhões de membros, ou seja, qualquer indivíduo que tenha participado de alguma ação proposta pela organização.

A *Avaaz* começou a operar por meio de um *site* (www.avaaz.org) que, desde 2007, possui interfaces com diferentes idiomas. Atualmente, este *site* oferece 16 possibilidades de idiomas¹⁵ para interação com o público que o acessa ao redor do mundo. O *site* é uma parte importante nos processos de engajamento e participação dos que são considerados como membros pela *Avaaz*. Estes indivíduos são mobilizados pelo envio de *e-mails* denominados alertas, com os quais a organização comunica suas estratégias de participação por meio de campanhas, procurando o engajamento dos que denomina como seus “membros”.

Tornei-me membro da *Avaaz* em setembro de 2010, quando cadastrei meus dados para participar de uma campanha e desde então comecei a nutrir interesse em pesquisar esta organização. A maior parte das observações empíricas tecidas nesta tese deriva desta condição, que me coloca como parte da rede da *Avaaz*. Embora os indivíduos que em algum

¹⁵ Eis as possibilidades: português, inglês, árabe, alemão, russo, francês, espanhol, coreano, chinês, japonês, holandês, italiano, hebreu, turco, polonês e romeno, nesta ordem. Alguns destes códigos linguísticos foram identificados utilizando a ferramenta *Google Tradutor*.

momento cadastraram seus *e-mails* no *site* da *Avaaz* nem sempre se vejam como integrantes desta organização, esta considera como membros, para cada envio de novos alertas de *e-mail*, os indivíduos que cadastraram seus endereços eletrônicos no *site*, ao participarem de alguma de suas campanhas.

As oportunidades de participação viabilizadas por esta organização compreendem o financiamento de campanhas de anúncios na mídia; a assinatura de petições, armazenadas no *site*; doações; realização de telefonemas e envio de mensagens para os *e-mails* de governos e parlamentares; criação de petições no *site Petições da Comunidade*, e, em alguns casos muito pontuais, a participação em protestos e eventos nas ruas. Este conjunto de ações pretende “garantir que os valores e visões da sociedade civil global informem as decisões governamentais que afetam todos nós”¹⁶.

Este conjunto de oportunidades de participação oferecidas pela *Avaaz* faz pensar sobre o significado da participação política nos tempos atuais na medida em que alguns cliques e o compartilhamento de *links* em *sites* de redes sociais, feitos em alguns minutos, podem ser vistos como uma forma de participação e engajamento diferenciadas das que usualmente compõem o repertório de ação moderno, tais como os movimentos sociais, os partidos políticos e as manifestações públicas.

Como questões que orientam a pesquisa, destaco as seguintes:

1. Considerando os diferentes coletivos que se formam a cada mobilização por *e-mail*, quais são as formas de participação e engajamento viabilizadas pelas tecnologias da internet que mediam as campanhas mobilizadas pela *Avaaz*, vista como um ator-rede?

2. Como pensar uma possível expansão da esfera pública com a internet a partir do estudo de caso da *Avaaz*? Até que ponto as campanhas desta organização podem ser vistas como fonte de informação em fluxos que afirmam questões em uma esfera pública interconectada nas sociedades contemporâneas?

3. Na medida em que a internet se constitui como potencial mediador que viabiliza suas ações e que a mobilização promovida pela *Avaaz* se diferencia dos processos desenvolvidos por movimentos sociais e formas de protesto baseadas na co-presença física e simultaneidade das ações, quais as características que esta organização traz, por meio de suas estratégias de ação e campanhas, para pensar a emergência de um repertório digital de ação, bem como de uma ação conectada, entendidas aqui como dinâmicas emergentes que, hoje, convivem com o repertório de ação moderno?

Uma primeira hipótese é que os atores sociais agem coletivamente com as tecnologias da internet, que podem ser vistas como parte integrante na construção destes atores ao assumir diferentes papéis nas mobilizações políticas e formas de ação coletiva nas sociedades contemporâneas. A partir da inspiração em uma perspectiva de trabalho de campo etnográfico na internet (FRAGOSO *et al*, 2011), articulo questões inerentes à mobilização, engajamento e participação como parte de um estudo de caso sobre uma organização política que pode ser vista como um ator-rede ao atuar politicamente com a internet, ou seja, a *Avaaz*.

Neste trabalho, um ator-rede pode ser entendido como um ator que mobiliza uma rede no curso de suas ações, abrindo novas conexões e associações ao longo da ação, podendo ser visto como um mediador. A análise da ação coletiva com a internet não se concentra, da forma como preconiza Latour (2005), em atores e agentes que atuam em contextos específicos, mas nos fluxos contínuos de mediadores sociotécnicos que mobilizam conjuntos compostos por indivíduos e objetos que se inter-relacionam, formando um ator-rede. A *Avaaz* age como um ator-rede com potencial para atuar como o que Castells (2009) entende como

¹⁶ <http://www.avaaz.org/po/about.php> (acesso em 20/07/2011, 15:12).

contra-poder, programando e reprogramando redes globais de comunicação. Estas ações são desencadeadas a partir de uma mobilização por *e-mail* que busca o engajamento dos membros em oportunidades de participação que se tornam possíveis graças ao imbricamento sociotécnico inerente aos processos deflagrados por esta organização.

Latour (2005) faz uma distinção importante entre intermediários e mediadores. Os intermediários são elementos que transportam significado ou força sem que estes se transformem, ou seja, a definição das causas é suficiente para definir os resultados da formação dos grupos. Um intermediário pode ser tomado como uma caixa-preta, mas conta como um elemento da formação dos grupos, ainda que internamente seja composto de muitas partes. Os mediadores podem contar tanto como um elemento, quanto para nenhum, como para vários elementos ou para o infinito. Neste caso, as causas não configuram bons indicadores para os resultados em um processo de formação de grupos, tendo em vista que todos os instantes devem ser considerados, já que, pela sua especificidade, os mediadores transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que deveriam transportar.

As tecnologias da internet permitem estabelecer novas conexões e associações se forem vistas como participantes da composição de coletivos heterogêneos como parece ocorrer nas campanhas da *Avaaz*. Neste caso, a internet pode acelerar, viabilizar ou facilitar uma ação coletiva, bem como, dependendo da situação, sua ausência pode atrasar, impedir ou dificultar as mobilizações como as que são empreendidas pela *Avaaz*.

Na prática, a internet pode ser vista como um encadeamento de pequenos arranjos sociotécnicos de arquiteturas variáveis e, por si só, não pode ser vista de antemão como mediador ou intermediário, dependendo para tal do contexto e da situação em jogo para ser classificada. Por exemplo, um mesmo *e-mail* enviado pela *Avaaz* pode ser tanto um mediador quanto um intermediário, dependendo da ação que foi empreendida, ou não, com ele pelos diferentes indivíduos que foram mobilizados.

A teoria do ator-rede chama atenção para as múltiplas possibilidades de agenciamento e construção de atores que surgem em função destas tecnologias, mas que não podem ser, necessariamente, tributadas a uma única matriz. Latour (2005) propõe seguir as associações, desvendando os mecanismos de formação dos grupos e buscando apreender a emergência de um conjunto heterogêneo de processos de agenciamento, que envolvem não apenas os humanos, mas também objetos materiais, como as tecnologias da internet, que passam a se constituir, também, como agentes, notadamente no ambiente gerado pelo intenso desenvolvimento científico e tecnológico a partir da segunda metade do século XX.

Uma segunda hipótese deste trabalho é que a *Avaaz* pode ser vista como um fruto da reconfiguração do campo político pela internet, servindo como possibilidade empírica para uma análise das mudanças nos repertórios e lógicas de ação em uma esfera pública interconectada (BENKLER, 2006) nas sociedades contemporâneas.

Considerando a passagem de uma esfera pública baseada nos meios de comunicação de massa para uma esfera pública interconectada, na medida em que a internet traz novas possibilidades de mobilização, participação e engajamento, autores como Earl *et al* (2011) assinalam a emergência tanto de um repertório de ação digital, que estaria convivendo com o repertório de ação moderno na perspectiva desenvolvida por Charles Tilly (1995, 2005), para quem a ideia de repertório remete às possibilidades de ação que estão disponíveis para que os grupos de indivíduos façam demandas ou protestem a cada tempo histórico, sendo limitadas. Com a internet, a co-presença e a simultaneidade deixam de constituir condições obrigatórias para a tomada de ação na arena pública, o que possibilita pensar na emergência de um repertório de ação digital. De forma complementar, Bennett *et al* (2012) chamam atenção para

uma lógica da ação conectada que estaria convivendo com a lógica da ação coletiva, o que será devidamente problematizado a partir das ações da *Avaaz*.

Por fim, os objetivos da tese giram em torno de dois eixos principais de questionamento teórico e empírico: de um lado, a partir do estudo de caso sobre a *Avaaz*, vista como um ator-rede, busco entender como as tecnologias da internet viabilizam as ações desta organização, contribuindo para formas de mobilização, participação e engajamento políticos em modalidades de ação coletiva que se configuram com o advento da internet; de outro lado, a partir das ações da *Avaaz*, pretendo compreender as mudanças no repertório de ação moderno e a possibilidade da emergência de um repertório de ação digital e de uma ação conectada, envolvendo novas formas de ação em uma esfera pública que parece cada vez mais interconectada e renovada pelo advento da internet.

Metodologicamente, o acompanhamento das ações da *Avaaz*, especialmente as campanhas, visa entender as novas configurações e reconfigurações da ação coletiva com o advento da internet. Procurei buscar indícios e sinais (GINZBURG, 1989) para entender o funcionamento do *site* desta organização na sua dinâmica de mobilização, bem como acompanhei os alertas de *e-mail* que recebi. Com isso, empreendi uma análise dos alertas de *e-mail*, que recebi entre 2011 e 2013, utilizando o *software N-VIVO 7*; bem como analisei os significados e valores inerentes ao conjunto das campanhas deflagradas pela organização neste período.

Desde navegações no *site* da *Avaaz* até a organização de todos os *e-mails* recebidos, a pesquisa se desenvolveu tendo a internet como um mediador, ou seja, todos os dados foram sociotecnicamente construídos. Isso consumiu muitas horas de observação e organização das impressões percebidas na interação mediada pelas tecnologias da internet.

Além da observação e participação nas ações da *Avaaz* no período assinalado, também realizei entrevistas, presenciais e por *Skype*, com organizadores de campanhas desta organização, bem como por *e-mail* com 25 indivíduos que são consideradas como membros na vertente brasileira. As entrevistas com membros foram feitas por *e-mail* e a partir de uma seleção que foi ordenada pela página desta organização no *Facebook*, quando percebi, por volta de março de 2013, que 51 contatos meus naquele *site* também recebiam notícias da *Avaaz*. A partir daí, tentei contato por *e-mail* com todos eles, obtendo 25 respostas. Trata-se de um círculo muito específico e enviesado a partir do meu círculo de amizades no *Facebook*. Portanto, não se trata de uma amostra representativa de todos os membros da *Avaaz*, mas que me permitiu algumas reflexões qualitativas sobre meu objeto de estudo.

Nestas entrevistas procurei entender como estes indivíduos conhecem a *Avaaz*, como se sentem como membros desta organização, a opinião a respeito das campanhas comunicadas, como participam delas, a quantidade que lembra ter participado, a que foi mais marcante, se já efetuou doação financeira para a *Avaaz*, se participa de algum outro movimento ou organização, se compartilha suas ações com sua rede de contatos em *sites* de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*.

O presente trabalho parte da *Avaaz* para pensar questões referentes à mobilização, participação e engajamento políticos com a internet, bem como à esfera pública e aos repertórios e lógicas de ação com a internet.

A tese se desdobra em quatro capítulos. No primeiro deles, procuro contextualizar historicamente os diferentes e múltiplos papéis que a internet desempenhou em mobilizações transnacionais contemporâneas, com destaque para o zapatismo, os movimentos por uma globalização alternativa e os recentes movimentos que tomaram a esfera pública em 2011, tais como a Primavera Árabe, os *Indignados* e o *Ocupy Wall Street*.

No segundo, apresento a *Avaaz*, partindo da formação da *MoveOn* nos EUA no final da década de 1990. O foco neste capítulo é mostrar o *modus operandi* da organização como um ator-rede que coordena ações coletivas com a internet, enfatizando as peculiaridades frente aos movimentos e formas de mobilização mapeadas no primeiro capítulo. O trabalho se volta para um tipo específico de mobilização desencadeado com a internet, destacando as tecnologias como mediadores que perpassam a estrutura organizacional e as comunicações entre os profissionais da *Avaaz* nos processos de fabricação das campanhas, bem como os valores e significados destas campanhas e estratégias de ação.

No terceiro capítulo, analiso a mobilização, o engajamento e a participação política através das campanhas da *Avaaz* para entender, através de um diálogo entre diferentes perspectivas teóricas sobre como a internet provoca mudanças. Trata-se de entender os envolvimentos dos indivíduos em mobilizações promovidas por organizações como a *Avaaz* e o que esse tipo de engajamento traz como possibilidades de participação política.

No quarto e último capítulo, procuro trazer elementos para discutir os repertórios e lógicas de ação das campanhas da *Avaaz* na esfera pública. Assim, resgato a ideia de esfera pública, analisando como as tecnologias da internet se inserem nos debates sobre esse tema e destacando a emergência de uma esfera pública interconectada. Além disso, analiso a emergência de um repertório de ação digital a partir de considerações sobre as ações da *Avaaz* com a hipótese de que este repertório parece conviver com o repertório de ação moderno, sendo possível pensar em uma lógica da ação conectada que convive com a lógica de ação coletiva.

Finalmente, nas considerações finais, procuro chamar atenção para os principais pontos desenvolvidos ao longo dos quatro capítulos, bem como apontar lacunas e perspectivas futuras de pesquisa.

CAPÍTULO I

MOBILIZAÇÕES TRANSNACIONAIS CONTEMPORÂNEAS COM A INTERNET

Neste capítulo, começo por mobilizar o conceito de guerra em rede, que remete ao modo de luta e conflito pelo qual grupos se organizam através do uso de táticas e estratégias que envolvem o intenso uso das TICs, da comunicação mediada por computador e da internet. Em cada seção, o objetivo é destacar o papel da internet em diferentes movimentos em rede, seja para circular informação como ferramenta comunicacional, seja para organizar manifestações como recurso organizacional, criar redes de solidariedade e promover ações políticas na esfera pública, entre outros papéis.

Para entender as possibilidades, apropriações e dinâmicas de ação com a internet, minha escolha foi descrever três diferentes movimentos, cada qual pode ser caracterizado como um conjunto de movimentos: o zapatismo, de 1994 em diante; os movimentos por uma globalização alternativa, de 1997 em diante; e os diferentes movimentos em rede que se manifestaram a partir de 2011, tais como a Primavera Árabe, os *Indignados* espanhóis e o *Occupy Wall Street*.

Estas escolhas se relacionam com o fato de serem movimentos que se desenvolveram em uma escala transnacional e, assim, possibilitam conferir historicidade e complexidade a um contexto no qual pode se constituir uma organização como a *Avaaz*, que se propõe a atuar nesta escala, se perfaz como fio condutor desta pesquisa e será analisada com mais detalhe a partir do capítulo seguinte. Com a escolha destes movimentos não pretendo esgotar as possibilidades em termos do ativismo transnacional com a internet, mas tão somente construir pontos de apoio para uma análise da ação coletiva com a internet dentro dos limites da pesquisa que foi empreendida nas tramas da *Avaaz*.

Cada um dos movimentos trabalhados neste capítulo compreendem formas específicas de ação coletiva com a internet, cada qual com suas configurações específicas nas articulações entre o global e o local, que permitem visualizar a especificidade da configuração da ação coletiva empreendida pela *Avaaz*. Cada exemplo escolhido remete a uma configuração específica com a internet, sendo apresentado em subseções separadas em uma perspectiva histórica que permite encontrar pontos comuns e diferenças que serão exploradas ao final do capítulo. Por fim, a análise aqui empreendida busca se concentrar nos papéis que a internet desempenha em cada um dos casos, não sendo minha pretensão esgotar todas as particularidades e complexidades envolvidas em cada um.

1.1. A Guerra em Rede e as Redes de Guerra

Antoun (2004a) aponta que a luta pelo futuro não está sendo travada entre exércitos liderados por Estados nem conduzida por imensas e milionárias armas feitas para tanques ou aviões. Esta luta se trava através de grupos que operam em unidades pequenas e dispersas, que podem se desdobrar repentinamente em qualquer lugar ou tempo em um movimento de *swarming*, ou seja, uma incontrolável difusão por afluência popular. Esses grupos sabem como enxamear e dispersar, penetrar e romper ou iludir e fugir. Estes combatentes podem pertencer a redes de terroristas como a *Al Qaeda*, redes de traficantes como Cali, redes de

militantes como o *Black Bloc*, redes de luta política como o zapatismo ou redes de ativistas da sociedade civil global como o *Direct Action Network - DAN*.

Com o conceito de guerra em rede, o autor faz referência a um modo emergente de luta e conflito surgido nas sociedades contemporâneas a partir da revolução tecnológica com a construção da infraestrutura da internet. A guerra em rede aparece como o oposto do conceito de *guerra de controle (cyberwar)*, também gerado por eles, ambos constituindo grande parte do campo da *guerra da informação (infowar)* no mundo atual. De um lado, a guerra de controle compreende a luta de alta intensidade conduzida através de alta tecnologia militar travada por dois Estados; de outro, a guerra em rede seria a luta de baixa intensidade travada de modo assimétrico por um Estado e grupos que se organizam em rede através do uso de táticas e estratégias que envolvem o intenso uso das novas TICs, da comunicação mediada por computador e da internet. A guerra em rede se refere a conflitos onde um combatente está organizado em forma de rede ou as emprega para as comunicações e o controle operacional.

Siqueira *et al* (2003) destacam que um novo modelo de movimento social surge nos contextos de guerra de rede, constituindo redes de guerra que apresentam quatro características principais. Primeiro, se organizam de forma policêntrica, com muitos líderes ou centros de liderança; segmentar, composta de muitos diferentes grupos; e em uma rede ideologicamente integrada, com segmentos e líderes integrados em sistemas reticulares ou redes através de conexões estruturais, individuais e ideológicas. A abreviação para tal combinação de características em inglês é *SPIN (segmentary, polycentric and integrated network)*. Os líderes tendem a ser carismáticos ao invés de burocráticos, e inspiram seus liderados principalmente pela sua capacidade de influenciá-los e inspirá-los e não por sua capacidade organizativa ou política.

Segundo, estas redes têm flexibilidade, fluidez e autonomia. Os nós da rede estão em constante expansão e movimento e se comunicam pela internet de forma horizontalizada, criando dificuldades para identificação e repressão de lideranças ou instituições responsáveis pelas ações empreendidas e propostas políticas defendidas. Os integrantes das redes estabelecem relações não hierárquicas e compartilham suas identidades, seu entendimento do inimigo, e suas propostas para combatê-lo *on-line*. Qualquer membro da rede é livre para associar-se ou dissociar-se dela e as redes podem expandir-se e contrair-se rapidamente. Os participantes podem construir relações pessoais, de amizade, de vizinhança, ou apenas se encontrar periodicamente em eventos especiais como conferências, assembleias ou manifestações de rua.

Terceiro, estes movimentos utilizam táticas de luta que incluem a *blitz* e a guerrilha estilo “enxame de abelhas” (*swarming*) sobre objetivos negociados e pré-determinados e há um ofuscamento da distinção entre ofensiva e defensiva. Por exemplo, um ator social pode atacar em nome de sua autodefesa.

Quarto, desafiam os limites e separações entre o Estado e a sociedade, o nacional e o internacional, o público e o privado, o legal e o ilegal, e tende a criar confusão nas instituições do Estado nacional responsáveis pela lei e ordem, como a polícia e a justiça. As burocracias governamentais hierarquizadas e verticalizadas não têm facilidade nem agilidade para mobilizar recursos e pessoal para enfrentar movimentos descentralizados e em constante movimento.

Antoun (2004a) chama atenção para duas práticas que são importantes em uma rede de guerra. A primeira é o seu modo de funcionamento o mais "sem líder" possível, pela ausência ou multiplicação das lideranças, construindo um processo de tomada de decisões através do uso de mecanismos de consulta e formação de consenso. A outra é o uso da difusão por afluência popular (*swarming*) de um alvo como modo de combate. O *swarming*, ou

enxameamento, “é um modo estratégico de golpear, vindo de todas as direções, um ponto particular ou vários pontos por meio de uma pulsação sustentável de força ou de fogo mantida a partir de uma posição de resistência próxima” (ANTOUN, 2004a, p. 8), o que pode ser literal, em ações policiais ou militares, ou metafórica, em ações de ativistas ligados às organizações da sociedade civil e aos movimentos sociais. Martinho (2011) destaca que os enxameamentos dependem de algum tipo de agregação dos fluxos entre os agentes. Sem este fator de agregação, que pode ser a circulação de informações comuns entre os grupos através de comunidades virtuais, esses fluxos tendem a assumir o caráter de *flashes* de propagação e a se extinguir mais adiante.

Por fim, os padrões presentes na estrutura e na dinâmica das redes como princípio de organização remetem a uma “arquitetura da complexidade”. Antoun (2004a) assinala que estes padrões se assemelham a uma rede teia de aranha com multi-eixos bem estruturados ou um grupo de redes centro/periferia interconectados. Sua topologia se caracteriza por um pequeno número de nós fortemente interconectados que agem como eixos (*hubs*), aos quais se conectam um grande número de nós de fraca conexão, mesmo que partilhando uma ligação do tipo “todos os canais”. Socialmente, estes padrões se materializam quando um ou mais atores operam como eixos chaves, em torno dos quais se ordena um grande número de atores ligados aos eixos, mas menos ligados uns com os outros, mesmo que as informações estejam disponíveis e partilhadas para todos os atores. Este padrão é muito resistente aos choques sistêmicos, a menos que algum eixo chave seja rompido ou destruído, e caracteriza, por exemplo, a rede de guerra do movimento zapatista ou da Batalha de Seattle, que serão analisados a seguir.

1.2. A Internet na Rede de Guerra Zapatista

Nesta seção, me volto para entender o papel da internet na rede de guerra zapatista. Para tal, não aprofundei as questões sobre esta luta milenar, muito menos os pontos referentes à autonomia indígena, o que certamente poderia ser objeto de outra tese. Mais importante que dar conta da complexidade de questões suscitadas pelo zapatismo, meu interesse se voltou para uma bibliografia que procura analisar os diferentes papéis da internet, a fim de destacar um tipo específico de configuração em que estas tecnologias se fazem presentes nos fluxos de ação empreendidos.

Antoun (2001) enxerga o zapatismo como uma rede de guerra composta por diferentes movimentos, entre os quais o EZLN, as comunidades indígenas de Chiapas e diversas organizações não governamentais - ONGs mexicanas e internacionais. Quando emergiu com seu manifesto contra o Acordo de Livre Comércio das Américas - NAFTA, no primeiro dia do ano de 1994, o EZLN era um grupo formado por indivíduos oriundos da classe média educada mexicana, com pouca ou nenhuma ascendência indígena. O objetivo inicial era criar um exército de guerrilha, infiltrando-se na região de Chiapas, rica em recursos naturais como urânio, madeira e petróleo, onde viviam diversas comunidades indígenas. Eles pretendiam sustentar uma estratégia tradicional de luta armada, conhecida no meio militar como “guerra da pulga”, que consiste em manter a iniciativa através de ataques surpresa em pequenas unidades.

Em meio a desastrosos resultados militares, originados de problemas organizacionais e táticos durante os primeiros dias de luta, que quase levaram o EZLN à extinção, eles passaram a utilizar estratégias não violentas, buscando o apoio de ONGs e outros membros da sociedade civil global, bem como das comunidades indígenas. Os ativistas das ONGs estavam interessados em estimular uma forma específica de democracia no México na qual os atores

da sociedade civil fossem fortes para contrabalançar o poder dos atores do Estado e do mercado, ganhando um lugar de destaque nas tomadas de decisão das políticas públicas que afetassem a sociedade civil. Seus ativistas, porém, não estavam nem um pouco interessados em conquistar o governo nem queriam ajudar qualquer grupo que pretendesse conquistá-lo (ANTOUN, 2001; ABDEL-MONEIM, 2002).

Encorajados a vir para o México pelo Subcomandante Marcos¹⁷ e outros membros do EZLN, as ONGs contatadas convidaram outras ONGs a se juntar à sua mobilização gerando um efeito em cadeia de grandes proporções. Antoun (2001) entende que este dinâmico movimento de afluência da multidão cresceu a ponto de por o governo mexicano e seu exército na defensiva, paralisando sua investida militar. Essa paralisação se deu mediante a formação de uma coalizão de ONGs e a realização de quatro congressos em Chiapas, em 1994, reunindo as ONGs, o EZLN e as comunidades indígenas. Com isso, o movimento construiu uma agenda comum de reivindicações e ações, e aquilo que havia começado como uma tradicional insurgência guerrilheira havia se transformado na primeira rede de guerra na era da informação.

Mediante conversações com as ONGs e a formação da rede, o EZLN abandonou a conquista do governo mexicano como o principal objetivo de sua luta, retirando-o de seu discurso. A partir de então, os direitos das populações indígenas, o reconhecimento da participação da mulher e dos seus direitos na sociedade, a proteção ambiental, a luta pelos direitos humanos e pelos direitos dos trabalhadores passaram a ser seus objetivos¹⁸. O EZLN é diferente da rede de guerra ou movimento zapatista. Antoun (2001) mostra o desenvolvimento deste movimento como uma convergência de diferentes redes, compostas por ONGs, indígenas, guerrilheiros, *hackers*, estudantes, intelectuais, entre outros, construindo uma comunidade que partilha uma agenda comum de reivindicações e ação, que experimenta, em sua própria construção, modos democráticos de produção e tomada de decisão. Na perspectiva da luta política, este movimento se revela muito mais forte e adequado para conduzir uma guerra assimétrica contra o Estado e as empresas, baseada na informação e comunicação pela internet, tendo em vista que estes últimos ainda estavam confusos com o modo de organizar e institucionalizar suas relações através das hierarquias e mercados.

O movimento zapatista emerge na medida em que ultrapassa a segmentariedade das organizações com a formação de uma rede de guerra. Esta rede integra ideologicamente doutrinas como etnonacionalismos, proteção do meio ambiente, proteção das mulheres e proteção dos indígenas, na direção de um movimento de ampla colaboração, reunindo fundamentalmente o EZLN, as comunidades indígenas de Chiapas e diversas ONGs mexicanas e internacionais. Esta rede de guerra se funda na criação de uma agenda de ação comum construída em quatro congressos com ampla participação dos parceiros nas selvas de Chiapas em 1994.

¹⁷ Marcos se constituiu como porta-voz do EZLN a partir da sua aparição em janeiro de 1994, sendo primeiro designado como Subcomandante e depois como *Delegado Zero*. A verdadeira identidade de Marcos é Rafael Sebastián Guillén Vicente, professor de Filosofia da Universidade Autónoma Metropolitana – UAM. Era ele que assinava os diferentes comunicados do EZLN.

¹⁸ Schulz (1998) relaciona uma lista de onze palavras que traduziam as demandas do movimento: trabalho, terra, abrigo, comida, saúde, cuidado, educação, independência, liberdade, democracia, justiça e paz. Entre as demandas desta rede, Shirley (2001) relaciona as seguintes: eleições livres; revisão do NAFTA; anulação da reforma de Salinas do artigo 27 da Constituição Federal; fim da militarização da região; direito a emprego e salários justos; proteção dos recursos naturais da região; direito de preços justos para os produtos; reconhecimento oficial do EZLN; recursos para saúde, educação, moradia e infraestrutura.

Este processo de construção do movimento em rede, além de criar uma nova forma de organização, conectou várias espécies de lutas, que estavam anteriormente desconectadas e separadas. O movimento zapatista gerou, ainda, uma rede de trabalho voluntário ativista, coordenada através da internet de forma descentralizada, composta por digitadores, tradutores, *web designers*, escritores, organizadores de listas de discussão e administradores de sítio. Antoun (2001) entende que esta rede de trabalho voluntário e flutuante formou uma das maiores e mais eficientes empresas de relações públicas do mundo, conseguindo traduzir e difundir os comunicados do Subcomandante Marcos para inúmeros idiomas em 24 horas, o que nem mesmo a poderosa empresa *Microsoft* consegue igualar com seu trabalho profissional assalariado e imenso capital.

Martinez-Torres (2001) destaca que o movimento zapatista, usando uma estratégia quase performática, transformou o campo de batalha em um estágio, onde eles usavam símbolos, caracteres e narrativas para capturar a imaginação e criatividade de uma audiência crescente ao redor do mundo. O uso inovador da internet transformou o conflito militar em uma guerra de imagens, palavras, legitimação e autoridade moral que provocou um estrondoso eco na sociedade civil mexicana, desencadeando uma série de movimentos sociais relacionados que incluíam uma larga porção da sociedade civil no México, com substancial participação na América Latina, nos EUA e Europa, além da Ásia e África.

Schulz (1998) entende que as redes de computadores foram um meio crucial para a livre difusão das mensagens zapatistas para uma grande audiência, bem como para construir suporte nacional e internacional, tendo em vista que o movimento atuava em três escalas de luta: local, por terra e direitos de autodeterminação; nacional, por democratização; global, contra políticas neoliberais de mercado. Martinez-Torres (2001) chama atenção para o fato de que o EZLN estava apto a transformar informação em uma ferramenta chave para forçar o cessar-fogo e fazer o governo negociar ao assustar os investidores estrangeiros e mobilizar suporte internacional. Apesar de aprender importantes lições com as experiências de guerrilha latino-americanas, o EZLN se diferenciava dos movimentos revolucionários da América Central pela sua forma relativamente não hierárquica de organização, focando mais no fortalecimento da sociedade civil do que na força das armas¹⁹.

Esta rede de guerra zapatista, que se formou com diferentes movimentos e organizações, era baseada no estado mexicano de Chiapas, mas tinha aspirações, dimensões e impactos internacionais. Ao examinar o papel da internet nesta rede, Martinez-Torres (2001) destaca a transição pela qual o EZLN, um movimento de guerrilha convencional, se tornou parte de uma rede de guerra informacional. Com a formação desta rede, no nono dia de batalha, o presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari aceitou um cessar-fogo apesar da superioridade militar de sua tropa, tendo em vista que as informações que fluíam da zona da guerrilha para o mundo deflagraram uma série de protestos internacionais e começaram a provocar a perda de confiança dos investidores estrangeiros no México.

¹⁹ Martinez-Torres (2001) destaca alguns elementos ideológicos que estavam presentes no EZLN e em demais organizações da rede zapatista, possibilitando seu enquadramento como uma rede de guerra: rejeição a uma autoridade central; crítica a movimentos de vanguarda; estilo de tomada de decisão por consenso, tradicional em muitas culturas no México; elementos de liberação teológica construídos pelas igrejas católicas e protestantes; políticas revolucionárias trazidas por atores da geração de 1968. Além disso, na prática política zapatista, Ortiz (2005) aponta a convergência da cosmovisão das comunidades indígenas de origem maia, que são suas bases de apoio civil, com seu histórico de resistência; da organização e das formas de luta dos campesinos mexicanos; do pensamento teórico renovado de uma esquerda democrática, não dogmática; e da participação cidadã da sociedade civil, que luta por transformações radicais pela via pacífica.

1.2.1. Disseminar informações e construir a rede

Esse fluxo de informações da zona guerrilheira foi possível mesmo com a existência de um cordão de segurança militar que impedia a entrada da imprensa na área de combate. Abdel-Moneim (2002) destaca a circulação efetiva de comunicações via *e-mail* e *websites* como um elemento importante para o sucesso dos rebeldes em resistir às tentativas do exército que os queria esmagar, assim como a divulgação de informações sobre a crise através das ONGs que produziram boletins de ação urgente e publicaram casos de abusos de direitos humanos em *sites* na internet. Martinez-Torres (2001) assinala que a forma básica de informação fluía através da internet, permitindo que a mídia internacional cobrisse o que seus repórteres não viam. Além disso, essa informação também passou a circular através de membros de uma rede de solidariedade transnacional que se formou rapidamente.

A internet tem permitido a formação de comunidades definidas por interesses comuns que se organizam através das fronteiras. A revolução dos computadores pessoais e o correio eletrônico constituíam, na época, um poderoso potencial tecnológico democrático na medida em que permitiam a troca de informação e a ação coordenada entre redes dispersas e não hierárquicas. Ambientalistas, ativistas de direitos humanos, indígenas e muitos outros movimentos sociais estavam fortalecidos com a crescente habilidade para comunicar pela internet. Neste sentido, movimentos globais ligados por computadores passaram a desafiar as instituições que comandam as políticas nacionais e transnacionais, como veremos mais adiante ao tratar dos movimentos por uma globalização alternativa.

Martinez-Torres (2001) destaca que não havia acesso à internet para o público em geral até o início dos anos 1990. Primeiramente, havia a *PaxMex*, que entre 1989 e 1993 precedeu a *La Neta*, uma rede alternativa de comunicação computadorizada no México que conectava grupos feministas e que havia sido instalada em Chiapas para colocar 12 ONGs locais *online*, além do Núcleo de Defesa dos Direitos Humanos “Bartolomé de las Casas”. Castells (2003) destaca que a *La Neta* se formou graças à conexão entre ONGs mexicanas, mantidas pela Igreja Católica, e o Instituto de Comunicação Global em São Francisco (EUA), mantido por ativistas especialistas em informática na tentativa das ONGs feministas achar um caminho mais eficiente e barato de se comunicar com suas parceiras internacionais do que por fax.

Em 1993, a *PaxMex* foi incorporada pela *La Neta*, que ainda assim era insuficiente para atender ao crescente número de usuários. Em fevereiro de 1994, a Fundação Ford fez um aporte financeiro e a rede cresceu, sendo transferida para um provedor privado na Cidade do México. Nos primeiros anos, a *La Neta* possibilitou uma conexão chave com o exterior, sendo que um grande número de listas, discussões e conferências sobre Chiapas, no México se estabeleceram em torno desta rede. Com a criação da *La Neta*, um espaço se abriu para apropriação daqueles cujas formas de organização estavam pré-dispostos a construir ligações com outras organizações.

Martinez-Torres (2001) entende que o EZLN estava pré-disposto para basear sua luta nesta inovação que era a interação informacional entre os indivíduos ou grupos organizados, bem como estender seus conflitos e trocar informações e experiências com grupos similares ao redor do mundo com a internet. A autora traça um paralelo entre a estratégia de comunicação e participação zapatista e a internet. Os zapatistas abriram espaços para discussões livres sobre questões controversas, organizando fóruns abertos, convenções, encontros nacionais e internacionais, com metodologia livre onde todos tinham direitos iguais para se expressar. Isso se assemelha aos espaços abertos pela internet para livre discussão de temas polêmicos, tais como conferências, salas de bate-papo, listas de discussão, que usam a

mesma metodologia livre com direitos iguais para expressão de cada participante. Além disso, a internet serviu para ligar organizações que davam suporte, grupos de direitos humanos e outras ONGs no México. Internacionalmente, em muitos casos, foram os informes pela internet que levaram muitos jornalistas a Chiapas para cobrir os zapatistas em mídias como jornais impressos e televisão.

Os comunicados zapatistas eram postados com velocidade em *sites* na internet, mas somente postar mensagens não era suficiente. Os zapatistas combinaram o uso da internet com estratégias de solidariedade tradicionais, como manifestações e bloqueios de consulados, colocando toda máquina midiática para funcionar e deixando a opinião pública internacional a par do que estava acontecendo em Chiapas.

Schulz (2007a) mostra que as informações sobre desrespeito aos direitos humanos pelo exército federal mexicano, pronunciamentos importantes dos zapatistas e notícias a partir da perspectiva dos zapatistas foram difundidas através das redes de diferentes ONGs, em que o telefone, fax e a internet exerceram um importante papel. O autor destaca que um grande público também foi alcançado por intermédio do jornal local *El Tiempo*, da cidade de San Cristóbal de las Casas, do jornal regional *La Jornada*, da Cidade do México e por meio da mídia de massa internacional.

O autor chama atenção para o fato do levante zapatista não ter sido recebido apenas com atenção e interesse, mas ter provocado também solidariedades e mobilizações. Na Cidade do México, assim como em diversas outras grandes cidades mexicanas, ocorreram grandes manifestações de protesto. Na capital mexicana reuniram-se na Zócalo, praça central em frente ao palácio do governo, cerca de 100 mil indivíduos. Também no exterior ocorreram grandes e pequenas demonstrações de solidariedade, especialmente nos Estados Unidos, Canadá, Itália, Espanha, França, Inglaterra, Alemanha e na Suíça.

Schulz (2007a) entende que o papel exercido pela internet no conflito de Chiapas não deve ser superestimado nem subestimado. Em junho de 1996, por exemplo, havia no México cerca de 100 mil usuários de internet, com tendência de crescimento. Contudo, a maior parte da opinião pública foi alcançada pela televisão, rádio e mídia impressa, enquanto as demonstrações de massa na capital representaram o meio de pressão mais visível como uma extraordinária tomada de posição de amplos segmentos da população. Em outro artigo, Schulz (2007b) mostra que Chiapas era o Estado mexicano com menor conectividade, e ainda tinha linhas telefônicas concentradas na área urbana, com poucas linhas atravessando o campo. As comunidades indígenas onde o EZLN estava localizado geralmente não tinham linhas telefônicas e, em muitos casos, nem eletricidade.

Iturriaga (1997) considera um exagero, por exemplo, achar que o Subcomandante Marcos tinha um *laptop* com conexão permanente com a internet. Não há evidências de que Marcos acessava internet com regularidade e participava de discussões em listas ou mesmo enviava seus comunicados. Eram indivíduos e grupos que tinham interesse na rebelião zapatista e estavam conectados à internet que publicavam esse material na rede mundial de computadores. A comunicação de longa distância era feita por mensageiros ou então por rádios, pois os zapatistas não estavam diretamente conectados à internet: geralmente os comunicados eram enviados por fax para jornais, que os publicavam e os diversos sites copiavam (HELLMAN, 2000; SCHULZ, 2007b; LIMA, 2009). Durante os primeiros anos de insurgência, os zapatistas não tinham controle direto sobre os discursos na internet, que eram escritos na Selva de Lacandona e percorriam um caminho de mãos até chegar à cidade mais próxima, San Cristóbal de las Casas. Os papéis com os discursos escritos e legitimados pela assinatura do Subcomandante Marcos eram entregues a indivíduos de confiança, representantes de ONGs, que os enviavam por fax para os jornais *La Jornada*, *El Proceso* e *El*

Financero. Posteriormente estes comunicados eram publicados na internet em um processo executado pelos apoiadores do movimento no México e outros países, que enviavam seus documentos por *e-mail* para grupos eletrônicos de notícias, como as listas de discussão *Chiapas95* e *Mexico2000*, além de manter páginas de internet em nome dos zapatistas. Entre estes apoiadores, Shirley (2001) chama atenção para os estudantes da Universidade Nacional Autônoma do México - UNAM que desempenharam um papel fundamental ao criar uma lista de discussão para discutir e repassar informações sobre a situação em Chiapas.

Muitas organizações usavam a internet, mas também fax, conferências telefônicas, cartas e outras formas de comunicação. Essas redes de comunicação foram essenciais para a rápida disseminação de informação relacionada com Chiapas e para rápida mobilização de observadores internacionais de direitos humanos. Schulz (2007b) assinala que os públicos mais amplos foram atingidos por televisão, rádio e mídia impressa, enquanto a manifestação de massa na praça central em frente ao palácio presidencial foi o mais visível instrumento de pressão sobre o governo mexicano. Por fim, a internet foi muito importante para a disseminação da informação e pelas ligações de ativistas-chaves com países pós-industriais e com organizações no México. Os *e-mails* foram fundamentais, por exemplo, para convocar uma mobilização internacional geral em 16/02/1997, pelo aniversário de um ano dos acordos de San Andrés²⁰.

Figueiredo (2007) mostra como milhares de grupos e indivíduos pelo mundo começaram a ressignificar localmente as notícias e relatos do levante zapatista e a inventar híbridos com suas próprias tradições. A inspiração zapatista serviu para o surgimento de novas teias e redes entre esses grupos, e deles com a rede zapatista, feitas de conexões com pouca visibilidade, mas criativas e tão numerosas quanto imprevisíveis. Esta comunicação rizomática se tornou possível graças ao barateamento e a popularização de aparelhos eletrônicos como gravadores, câmeras fotográficas e filmadoras, e a rápida ampliação do uso aberto da internet, que passou de uma rede dedicada à pesquisa acadêmica à “rede das redes”, aberta a todos entre setembro de 1993 e março de 1994. A internet representou uma transformação estrutural da mídia, fortalecendo os meios cuja produção é independente e participativa, em detrimento dos meios de difusão monopólicos. A arquitetura e modos de funcionamento incorporados à internet permitiram que fanzines, produtoras, editoras e gravadoras independentes, pequenas bandas, jornais, rádios livres e as mais variadas formas de produção deslanchassem.

O uso político da internet foi fortemente estimulado pela rede de guerra zapatista, sendo que as ONGs tiveram um importante papel na difusão de informações sobre o conflito. A internet facilitou a formação voluntária de grupos de solidariedade com os indígenas de Chiapas e o EZLN em todo o mundo, bem como a ampliação em escala mundial do que estava ocorrendo com a sociedade civil mexicana. Shirley (2001) destaca que as ONGs mexicanas que trabalhavam em Chiapas sobre direitos indígenas, direitos humanos e assistência humanitária desempenharam papel importante na disseminação de informações e na organização de formas tradicionais de apoio aos zapatistas, tais como marchas, manifestações, conferências de imprensa e campanhas de cartas. Além disso, comunicações pessoais, panfletos, anúncios de rádio e notificações da mídia foram ações empreendidas, fora as chamadas telefônicas e envio de faxes por aqueles que estavam na cidade.

Os encontros na selva de Chiapas foram importantes para reforçar os laços de solidariedade internacional. Shirley (2001) confere grande destaque à Convenção Nacional

²⁰ O Acordo de San Andrés sobre Direitos e Cultura Indígena foi um documento acordado entre o governo do México e o EZLN em 16/02/1996, no qual o governo se comprometia a modificar a constituição do México e outorgar direitos aos povos indígenas sobre autonomia, justiça e liberdade.

Democrática, ocorrida em agosto de 1994, na qual compareceram seis mil indivíduos, sendo mais de 700 jornalistas, representando cerca de 400 veículos nacionais e internacionais²¹. Schulz (2007a) destaca outras iniciativas zapatistas de encontros, como as Consultas Nacional e Internacional, bem como o Encontro Continental (verão de 1995), o Fórum Indígena Nacional (janeiro de 1996), o Encontro Intercontinental contra o Neoliberalismo e pelos Direitos Humanos (julho-agosto de 1996 e julho-agosto de 1997), a Marcha até a Cidade do México (setembro de 1997) e os esforços pela formação de uma rede de comunicação e resistência intercontinental (desde o verão de 1996). Estas iniciativas intensificaram a solidariedade transnacional e mantiveram alerta a atenção pública convivendo com dinâmicas locais de articulação e processos locais de decisão nestes encontros.

Para Morello (2007), a ênfase que o EZLN deu à crise social causada pelo livre comércio defendido pela economia neoliberal permitiu que a causa do EZLN se conectasse com conflitos globais similares e criasse uma comunidade internacional que investiu no sucesso do EZLN. O autor chama atenção para o Encontro Internacional pela Humanidade e contra o Neoliberalismo, em 1996, no qual três mil indivíduos de 44 países viajaram para Chiapas para debater conceitos centrais da comunidade de Chiapas e suas relações com conflitos similares ao redor do mundo. Neste encontro foi defendida a criação de uma rede global de conflitos e de uma rede global de comunicação entre conflitos. A intenção da Rede Internacional pela Humanidade e contra o Neoliberalismo era ligar a resistência neoliberal e facilitar a comunicação sem estrutura e hierarquia organizacional (SCHULZ, 2007b).

Os diferentes grupos de solidariedade não criaram qualquer organização central, mas estabeleceram redes horizontais por meio das telecomunicações em torno de temas ocasionais. Schulz (2007a) aponta que a internet possibilitou aos zapatistas divulgar suas mensagens a um público mundial e, com isso, ganhar apoio nacional e internacional. Por correio eletrônico foi convocada, por exemplo, a “mobilização internacional geral”, que se realizou em 16 de fevereiro de 1997 – aniversário da assinatura do Acordo de San Andrés – simultaneamente em diversas cidades europeias, australianas e americanas.

A expansão das novas teias espontâneas e redes formalizadas, fortalecidas pelo uso que faziam da internet e de outras técnicas de comunicação, já começava a dar forma às novas performances que dariam corpo ao movimento por uma globalização alternativa e suas espetaculares ações globais sem coordenação central, cujos ápices se deram em Seattle, em 1999, bem como no movimento contra a guerra do Iraque, em 2003.

1.2.2. Comunicação e solidariedade

Leetoy (2004) entende que, a partir de Chiapas, redes sociais começaram a se tecer e, com isso, o mundo começou a entender e observar o conflito na selva mexicana. As redes de guerra zapatista transmitiam pela internet os comunicados do Subcomandante Marcos e, quando este observou as possibilidades oferecidas pela internet, os comunicados não tratavam só de Chiapas, mas se dirigiam a outras mobilizações ao redor do mundo, encontrando eco nas redes internacionais. Marcos atendia as mensagens de internacionalização, sabia manejá-las e dar entrada ao movimento, que deixava de ser uma guerrilha para se converter num movimento de consciências.

²¹ Shirley (2001) destaca que foram seis sessões de trabalho, abordando os seguintes tópicos: transição democrática, mudança eleitoral pacífica, resistência civil, as onze demandas do EZNL, transição governamental, assembleia constituinte e nova constituição. Entre os participantes estavam camponeses, trabalhadores, donas de casa, estudantes, indígenas, artistas, intelectuais e representantes de várias ONGs da capital e do restante do país.

Schulz (2007a) destaca que na transposição do discurso cultural, o Subcomandante Marcos exerceu um papel decisivo de intermediação. Desde 1983 ele se familiarizou com a forma de vida dos indígenas de Chiapas e, por essa razão, estava em condições de exercer esse papel de tradução, importante para combinar essas distintas esferas públicas. Shirley (2001) mostra como Marcos desempenhou um papel fundamental na campanha de informação zapatista: sua propaganda política, estória falada e poesia fascinaram e encantaram o México enquanto suas comunicações mantinham a atenção da mídia focada em Chiapas.

Leetoy (2004) destaca o poder multimidiático da internet, que pode ser observado na transmissão em tempo real da Marcha pela Dignidade Zapatista, em 2000. A criação de uma cultura virtual ao redor da rede zapatista foi um produto da rede, mais por interações dos agrupamentos de ONGs do que por iniciativa original do EZLN. O grande mérito dos zapatistas foi atrair a atenção e impactar as consciências destas redes sociais para informar ao mundo o que estava acontecendo em Chiapas.

Morello (2007) acredita que a internet se mostrou um ponto de encontro comunicativo: o uso das comunicações pró-zapatistas por computador foi vital para a continuação do conflito. O autor entende que tecer uma relação não hierárquica entre aqueles que tem habilidades técnicas e aqueles com necessidade de se expressar urgentemente é extremamente difícil, sendo que este processo parece ter sido bem-sucedido na rede de guerra zapatista.

A internet permite um caminho de mão dupla, necessário para aprender os detalhes do conflito. As comunicações eletrônicas permitem uma conversação com os indivíduos que estavam em Chiapas de uma forma que nenhuma outra tecnologia possibilita. As batalhas dos zapatistas pelo controle da informação tomou forma em diferentes níveis: conflitos contra as formas tradicionais de mídia de massa e contra a crescente comercialização e comodificação da internet.

Hellman (2000) aponta um papel confuso da comunicação eletrônica: de um lado, salvou muitas vidas ao retransmitir informações sobre violência militar e paramilitar e abusos de direitos humanos; de outro, forneceu uma imagem reduzida dos atores e eventos em Chiapas. As circunstâncias inéditas criadas pela tecnologia permitem que indivíduos ao redor do mundo acompanhem os acontecimentos que vão se desenrolando, pesando como uma opinião pública internacional em um caso que Estado mexicano define como uma questão nacional ou local. A revolução nas comunicações eletrônicas e as excepcionais habilidades de comunicação de Marcos criaram uma solidariedade internacional que permitiu a sobrevivência do movimento e de seus membros. Entretanto, a autora acredita que algumas questões ficaram encobertas pelo destaque dado ao EZLN, em especial a figura de Marcos, entre elas: a posse da terra, a religião e os atores políticos, considerando as várias etnias e cerca de 750 ONGs que atuavam na rede de guerra zapatista.

De várias formas, a solidariedade entre os ativistas que se solidarizam com Chiapas depende da internet, que os mantém informados e orientam sua participação política. Esta nova tecnologia facilitou o esforço internacional em dar suporte a indivíduos corajosos e altamente vulneráveis que estavam lutando por seus direitos. Entretanto, apesar de ligar indivíduos de forma tal a aumentar sua capacidade de influenciar eventos, o ativismo pela internet algumas vezes cria a ilusão de conectividade e de eficácia política onde existe pouca.

Shirley (2001) entende que ao fazer traduções, divulgar eventos, criar páginas/sites, disseminar alertas de ação, planejar conferências com a internet, os ativistas não ajudaram apenas as ONGs, mas também os zapatistas a divulgarem suas mensagens, representando um importante auxílio à campanha de informação. O EZLN escreveu centenas de cartas, documentos, estórias e outras formas de comunicação, mas foram civis desarmados os

responsáveis pela circulação desta informação na internet. Os esforços destes ativistas reforçaram a campanha de informação zapatista.

A autora chama atenção para uma considerável evidência, que é reforçada por Castells (2012): o ativismo com a internet em combinação com uma organização política tradicional pode trazer consequências reais, caracterizando um processo de imbricamento sociotécnico que, neste caso, amplifica o movimento, possibilita a tradução de suas mensagens em novas línguas e linguagens, afeta a dinâmica das organizações políticas tradicionais, modifica seus processos internos de tomada de decisão e articula uma guerra em rede. A partir de Chiapas, a internet ajudou a salvar vidas, expandir o suporte à rede de guerra zapatista e inspirar uma guerra de contra-insurgência na internet.

Martinez-Torres (2001) destaca que as recentes mudanças no mundo convergiram para uma nova organização de guerrilha que cria condições para o suporte de um movimento internacional. Enquanto a reestruturação econômica fez o governo mexicano mais suscetível à pressão internacional, a revolução tecnológica abriu um novo meio com a internet, sendo que as redes se tornaram a forma de organização dominante em vários domínios sociais. Abdel-Moneim (2002) destaca que tais iniciativas de contatos através do espaço da internet ajudam a transmitir notícias de minuto a minuto que complementam, corrigem e contradizem as reportagens mais comuns e convencionais. Além disso, a agenda dos rebeldes tem despertado o interesse de uma grande variedade de indivíduos e grupos, tais como ativistas de direitos humanos, acadêmicos, artistas, músicos populares, jornalistas progressistas e grupos ecumênicos em prol da justiça social, que têm realizado produções simbólicas pela internet.

O uso de tecnologias emergentes na amplificação das vozes indígenas, assim como na criação e distribuição de textos em que os/as rebeldes zapatistas circulam como símbolos multifacetados da resistência, tem sido fundamental no novo processo de mediação entre as vozes indígenas e as culturas hegemônicas de um México mestiço e de uma vila global desde 1994. A autora chama atenção, por exemplo, o fato das comunidades de resistência em Chiapas solicitarem doações de máquinas fotográficas e computadores, o que indica, por parte dessas comunidades marginalizadas, o nível de consciência sobre o poder desses novos métodos de comunicação. Com acesso a esse tipo de equipamento, os indígenas em Chiapas e outros grupos marginalizados do mundo inteiro podem documentar os atos de resistência das suas vidas diárias.

Shirley (2001) assinala que o uso da informação tecnológica pelos apoiadores dos zapatistas é uma extensão lógica de esforços prévios dos zapatistas ganharem corações e mentes. Os conflitos atuais para ganhar corações e mentes são tratados tanto na internet quanto nas mídias tradicionais. Da mesma forma que outras propagandas ou operações psicológicas, as campanhas de informação na internet apresentam um potencial para expandir e fortalecer os suportes para governos ou guerrilhas.

Ortiz (2005) procura analisar os comunicados assinados pelo Comitê Clandestino Revolucionário Indígena – CCRI, instância máxima do EZLN, e pelo Subcomandante Marcos, que correm o mundo há mais de dez anos. A Declaração da Selva Lacandona foi publicada na íntegra pelo diário mexicano *La Jornada* já no dia seguinte ao levante armado, em 2 de janeiro, e prontamente foi traduzida ao inglês e outros idiomas. Foi o primeiro documento da revolta zapatista, rapidamente colocado em alguns endereços de conferências eletrônicas sobre o México nas redes de comunicação por computadores, podendo ser lida por qualquer um que tivesse acesso à internet.

Nas primeiras semanas da aparição pública do EZLN, os comunicados do comando zapatista e do Subcomandante Marcos, repletos de referências culturais, citações literárias, mitologia indígena e bom humor podiam ser acessados eletronicamente de diversas partes do

planeta a partir de listas de discussão sobre Chiapas na internet, que eram abastecidas diariamente com informações sobre o que acontecia na zona de conflito.

O EZLN rapidamente se transformou em um fenômeno comunicacional e midiático. Ortiz (2005) destaca a habilidade do Subcomandante Marcos como comunicador e conhecedor dos meios de comunicação, a capacidade dos zapatistas em se manterem na mídia e o interesse despertado em todo o mundo, alimentando constantemente as redes eletrônicas com informações de e sobre Chiapas. Isso fez com que as reivindicações básicas dos insurgentes zapatistas e a realidade das populações indígenas da região circulassem em escala global, chamando a atenção não só da sociedade mexicana, mas de grande parte da população mundial para as demandas seculares daqueles povos.

Além disso, a estratégia de comunicação do EZLN, combinada às ações de solidariedade da sociedade civil, possibilitou o surgimento de uma rede que, valendo-se dos recursos tecnológicos da virada do século, cumpre um papel fundamental na guerra contra a desinformação e articula agora muitos outros movimentos sociais ao redor do mundo numa espécie de Rede Intercontinental de Comunicação Alternativa, que conecta, através da internet, cidadãos e organizações que também estão dizendo o seu *Ya Basta!* de variadas formas e em distintos lugares do planeta (ORTIZ, 2005).

Por fim, Cavalcanti (2001) assinala que os zapatistas mudaram o modo clássico de atuação das guerrilhas latino-americanas não só pela busca de transição pacífica para uma nova sociedade, em oposição à conquista do poder pela força, mas também, e principalmente, pelo uso das novas TICs. Com a utilização da internet, os zapatistas travaram uma guerra eletrônica, cuja principal arma foi a palavra, que era colocada na rede, chegava quase que em tempo real a qualquer lugar do mundo, gerando curiosidade, estima e solidariedade.

O autor destaca que os zapatistas compreenderam um princípio que determinou o sucesso do uso da internet: a possibilidade de expressão individual, algo até então virtualmente inacessível nos meios tradicionais, exceto talvez no impresso. A novidade era a combinação da escrita com a oralidade – uma escrita informal e espontânea, expressa num texto eletrônico apresentado e recebido em tempo real. Neste sentido, os comunicados do Subcomandante Marcos à comunidade internacional foram as primeiras manifestações políticas, de alcance global, dessa nova possibilidade aberta pela difusão da Internet. Na *Segunda Declaração de la Realidad*, datada de 3 de agosto de 1996, o Comitê Clandestino Revolucionário Indígena do Comando Geral do EZLN refletia esse princípio e antecipava o que aconteceria em Seattle, três anos mais tarde, declarando que faria

uma rede de comunicação entre todas as nossas lutas e resistências. Uma rede intercontinental de comunicação alternativa contra o neoliberalismo, uma rede intercontinental de comunicação alternativa pela humanidade. Esta rede intercontinental de comunicação alternativa tentará cruzar os canais para que a palavra caminhe todos os caminhos que resistem; será o meio para que se comuniquem entre si as diferentes resistências. Esta rede intercontinental de comunicação alternativa não é uma estrutura organizativa, não tem centro de direção nem de decisões, não tem comando central nem hierarquias. A rede somos todos que nos falamos e escutamos.

A seguir, abordo com mais detalhes o papel da internet no movimento por uma globalização alternativa.

1.3. O Papel da Internet nos Movimentos por uma Globalização Alternativa

A partir do final da década de 1980 e mais intensamente a partir da rede de guerra zapatista, enquanto um pequeno grupo de países ricos dominantes, corporações multinacionais e instituições multilaterais se aglutinaram em um império global nas duas décadas anteriores, um movimento global contra o capitalismo se formou. Algumas vezes chamado de “movimento dos movimentos”, Wall (2007) destaca que este ativismo global contra o capitalismo em sua fase neoliberal contribui para uma mudança na forma como governantes, corporações e grupos de cidadãos interagem, dando novas ênfases às pesquisas que tentam entender as formas organizacionais e os tipos de comunicação que surgem com a internet.

Kellner (2003) destaca que significativos conflitos políticos contra a globalização neoliberal são mediados por tecnopolíticas, termo que compreende o uso de novas tecnologias como os computadores em rede e a internet para atingir objetivos políticos. O autor ressalta que, de alguma maneira, na era moderna a política sempre foi mediada pela tecnologia, como é o caso da imprensa, fotografia, filme, rádio e televisão, que desempenharam e desempenham um papel fundamental na política e em todos os domínios da vida social. O uso dos computadores e da internet vem se tornando um aspecto normalizado da política, como a mídia televisiva e radiodifusora foi há um tempo atrás. A novidade sobre o computador e a política mediada pelas novas TICs é que a informação pode ser comunicada instantaneamente através do mundo para um grande número de indivíduos que estão conectados em rede. A internet é potencialmente interativa, possibilitando discussões, debates e discussão *online*; e, cada vez mais, multimídia em seu escopo, permitindo a disseminação de imagens, sons, vídeos e outras formas culturais.

A internet por si só não derrotaria uma iniciativa da globalização neoliberal capitalista, mas permite que alguns movimentos lutem contra ela em prol de uma globalização alternativa ao circular informações, compartilhar recursos e ligar suas lutas. Por outro lado, organizações sindicais notam que redes computadorizadas são úteis para organizar e distribuir informação, mas não substituem a mídia impressa que é mais acessível para a maioria dos seus membros, bem como encontros presenciais e formas tradicionais de ação política. Os projetos mais eficazes da internet se cruzam com ações de movimentos de ativistas que englobam campanhas para libertar prisioneiros políticos, boicotar projetos corporativos e variados conflitos trabalhistas.

O uso da internet como tecnopolítica abre novos terrenos de conflito político para vozes e grupos excluídos da mídia hegemônica e aumenta o potencial de intervenção de grupos oposicionistas, expandindo potencialmente as oportunidades de democratização. Van Aelst *et al.* (2002) argumentam que a internet parece ter reconfigurado a participação na política: de um lado, a ação política se tornou mais fácil, rápida e mais universal; de outro, as TICs baixaram os custos e obstáculos de organização da ação coletiva de forma significativa. Os autores se voltam para os impactos que esta nova mídia no sucesso dos recentes protestos por uma globalização alternativa e na formação de um novo movimento social.

Na configuração de um movimento social, Van Aelst *et al.* (2002) entendem que os seguintes elementos devem estar presentes: uma rede de organizações na base de uma identidade coletiva compartilhada, mobilizando indivíduos para se juntar em ações não convencionais e obter objetivos sociais e políticos. Com isso, os autores buscam entender um movimento social transnacional como o movimento por uma globalização alternativa como

uma rede de organizações que não estão limitadas por barreiras nacionais e que conecta indivíduos e lugares que estão formalmente distantes ou separados²².

O aparecimento de um ativismo transnacional que visa atingir além dos Estados, as empresas, os regimes comerciais e de desenvolvimento oferece uma área interessante para compreender como as práticas de comunicação podem ajudar a criar uma nova política. Bennett (2003a) entende que a internet é muito importante para este novo ativismo: além de reduzir custos de comunicação e transcender barreiras temporais ou geográficas, em especial quando associada com outros meios de comunicação, a internet facilita a formação de redes pouco estruturadas, baseadas em laços fracos de identidades compartilhadas, bem como padrões de emissão e demonstração de organização que definem a nova política de protesto global.

Através de uma análise de *sites* de 17 organizações, Van Aelst *et al.* (2002) assinalam a importância da internet em três pontos que estabilizam a formação do movimento por uma globalização alternativa: a definição compartilhada dos problemas como base para a formação de uma identidade coletiva; a mobilização dos participantes; e a ideia de uma rede de diferentes organizações. Na sua análise, os autores deixam de fora os objetivos sociais e políticos.

Por sua vez, ao analisar vários casos, Bennett (2003a) chama atenção para configurações de redes digitais que podem facilitar campanhas permanentes; o aparecimento e crescimento de grandes redes, apesar dos laços identitários e ideológicos fracos; e a capacidade de comunicar mensagens. No entanto, o autor destaca que as mesmas qualidades que tornam esta política comunicacional durável a fazem vulnerável a problemas de controle, tomada de decisão e identidade coletiva.

As redes de ativistas exigindo mais voz nas políticas globais econômicas, sociais e ambientais colocam questões sobre a organização da ação política através dos limites geográficos, culturais, ideológicos e dos pontos que abordam. Assim, protestos contra o desenvolvimento mundial e políticas de comércio não são novos, mas Bennett (2003a) destaca o ativismo de justiça social dos movimentos por uma globalização alternativa pela sua escala global, complexidade de rede, abertura para diversas identidades políticas e capacidade de sacrificar a integração ideológica em prol de um ganho político pragmático. Também impressiona a capacidade de reconfiguração do movimento em relação a mudanças, eventos de protesto e adversários políticos.

Routledge (2003) destaca que os grupos baseados na globalização envolvem a criação de redes de comunicação, de solidariedade, de compartilhamento de informação e de apoio mútuo. A função principal destas redes é a produção, intercâmbio e uso estratégico da informação, sendo que muitas trocas de informações são informais, por telefone e *e-mail*, e há circulação de boletins através de uma variedade de meios, incluindo correio, manuais e internet. De um lado, estas informações podem aumentar os recursos disponíveis para atores geograficamente e/ou socialmente distantes em suas lutas particulares e também levar à ação. De outro, estas redes, facilitadas pela internet, podem, às vezes, permitir o desenvolvimento de relações que são mais flexíveis do que as tradicionais hierarquias.

No entanto, Routledge (2003) assinala problemas na dependência da internet para organizar bases das redes contra a globalização neoliberal. Em primeiro lugar, a circulação de quantidades excessivas de informação, o que chama de "informação nevasca", provocando cansaço e desatenção, e que, em certas situações de crise, podem ser amplificadas, em

²² Tarrow (1998 *apud* VAN AELST, 2002) define um movimento transnacional sustentável como integrado em diferentes sociedades, unificado em seus objetivos e organização e capaz de protestar contra uma variedade de alvos, o que é difícil de atingir.

especial quando ativistas recorrem a todos os meios disponíveis: cartas, faxes, telefonemas, *e-mail* e visitas pessoais. Em segundo lugar, o caráter abstrato, sem corpo, de discussões na internet pode acentuar debates mordazes no que diz respeito à participação e abordagens táticas para eventos de protesto, que são bem diferentes dos compromissos que se realizam face a face, com apelo visual e pistas e nuances verbais. Neste sentido, o autor acredita ser improvável que a confiança entre os indivíduos possa ser totalmente desenvolvida sobre a internet.

Van Aelst *et al.* (2002) destacam que o movimento por uma globalização alternativa atraiu manifestantes de países de todas as partes do mundo. Procuram mostrar que os movimentos não são contra a globalização, senão não procurariam formar uma rede global de organizações ou utilizar uma ferramenta para a comunicação global como a internet. Trata-se de movimentos contra o caminho neoliberal da globalização e os seus efeitos negativos na existência humana e ambiental.

Os autores destacam as batalhas de Seattle (1999), Washington (2000), Praga e Genova (2001) que, com suas misturas de nacionalidades e movimentos, tornaram-se notícias mundiais. As instituições econômicas internacionais que foram criadas para regular o processo da globalização, tais como a OMC, o FMI e o Banco Mundial, bem como Cúpulas como a do G8, estavam na mira dos protestos, sendo desafiadas tanto na sua forma (estrutura e processos de tomada de decisão), quanto no conteúdo das suas políticas (mercado livre, desregulação do comércio e degradação ambiental). As demonstrações no Congresso da OMC em Seattle no fim de 1999 se tornaram o símbolo maior dos conflitos por uma globalização alternativa, mas seria incorreto reduzir os protestos à batalha de Seattle, que não foi nem o começo nem o fim deste movimento (VAN AELST *et al.*, 2002; BRINGEL *et al.*, 2010). Desta forma, a seguir apresento três subseções, que procuram marcar o papel da internet no pré e no pós Seattle.

1.3.1. Antes de Seattle

Figueiredo (2007) destaca que a primeira ação global, como chama os protestos sincronizados em todo o mundo sem uma coordenação central, ocorreu no fim de 1997 e começo de 1998, como reação ao “Massacre de Acteal” em que foram mortos por paramilitares 45 indígenas dentro de uma Igreja de Chiapas, em sua maioria mulheres e crianças. Houve protestos em mais de 100 países, revelando a continuidade e o crescimento de uma sólida barreira feita de solidariedade internacional que impedia a intensificação da repressão contra a rede zapatista.

As redes que os zapatistas ajudaram a formalizar inventariam depois as táticas de sincronizar ainda mais as ações e realizá-las nos dias das reuniões mais importantes de cúpula econômica mundial do movimento por uma globalização alternativa. Um exemplo é a rede Ação Global dos Povos, que começou a ser formada no II Encontro Intercontinental Pela Humanidade e Contra o Neoliberalismo, realizado na Espanha em 1997. A luta contra o NAFTA, envolvendo centenas de grupos do México, EUA e Canadá, ensinou muito aos ativistas sobre a utilidade da internet, experiência absorvida pelas comunidades virtuais que denunciaram a repressão contra os zapatistas em 1994 e 1995.

Durante os anos 1990, com a internet, os ativistas criaram inúmeras zonas novas nas quais compartilham informação, discutem táticas e estratégias e avaliam as experiências próprias e as dos outros. Na segunda metade da década, a quantidade de *interlinks* entre as lutas cresceu tanto que transformaram ações tidas como locais em feitos globais, como no caso zapatista. A Ação Global dos Povos, por exemplo, diretamente inspirada nas redes

zapatistas e unindo movimentos da América do Norte, Europa e Ásia, lançou caravanas internacionais de mobilização e uma ação antiglobal em Genebra, em 1998.

Considerando os protestos contra o Acordo Multilateral de Investimentos – AMI como um marco importante deste processo, Rabelo (2006) aponta que foi uma organização transnacional, a *Global Trade Watch*, que deu o alerta para o aparecimento dos primeiros esboços do que vinha sendo negociado em segredo no interior da OCDE por ministros de comércio e economistas do mundo industrializado desde 1995. Engelke (2004) entende, por exemplo, que o AMI representava a tentativa de maior comprometimento com políticas liberalizantes e vinha sendo construído de forma sigilosa. Com a divulgação desta negociação secreta sobre o que seriam as novas diretrizes do capitalismo mundial, constituindo uma espécie de “Tratado Internacional dos Direitos dos Investidores” começava a surgir uma primeira campanha transatlântica e internacional com rápida divulgação pela internet e envolvendo associações e ativistas norte-americanos e europeus.

Uma coalizão de mais de 600 ONGs e organizações sociais lançou uma campanha de denúncia e pressão contra o acordo, que culminou em manifestações em abril de 1998, quando estava marcada a sua aprovação, na cidade de Paris. A internet foi uma ferramenta fundamental para a constituição deste movimento. O protesto que elas criaram ao informar e mobilizar indivíduos contra os planos de livre comércio pôs fim às negociações e impediu o acordo. Embora formas de protesto tradicionais tenham sido acionadas, tais como demonstrações de rua e petições, a internet forneceu a base da oposição que começou simultaneamente em uma variedade de países desenvolvidos.

Seone *et al* (2002) destacam a internet como ferramenta importante para alcançar uma disseminação global de informação em diferentes línguas. As instituições da sociedade civil foram as primeiras a adotar a rede de comunicação digital, usando-a de forma exitosa e intensa para atingir seus objetivos, o que não surpreende, dada a estrutura libertária e descentralizada que a rede assumia naquele momento. Neste sentido, manter a internet aberta, livre, permissiva e sem controle externo passou a fazer parte do elenco de bandeiras destes movimentos que tanto dependem da rede. Bleiker (2002) entende que os movimentos sociais e ONGs que até aquele momento existiram isoladamente passaram a poder se comunicar com mais facilidade: podem trocar dados e ideias sobre preocupações semelhantes e organizar ações comuns de uma forma que não era possível antes.

Portanto, a internet foi fundamental na medida em que facilitou a comunicação entre os ativistas, permitiu a publicação de informação relacionada e ajudou a colocar pressão sobre os políticos e tomadores de decisões políticas dos Estados. A organização dos protestos pela internet tornou-se mais ampla e sofisticada, com os ativistas aprendendo a partir de experiências anteriores. Estes protestos têm dado origem a inúmeros *sites* que possibilitam a troca de informações e coordenação de ações futuras. Após a mobilização sobre o AMI, a coalizão de ONGs e movimentos sociais deu início à iniciativa política que ficou conhecida como “A Batalha de Seattle”, que veremos a seguir.

1.3.2. A batalha de Seattle

Desde o princípio do ano de 1999, começaram os preparativos para o encontro que aconteceria em novembro, na cidade norte-americana de Seattle, onde a OMC realizaria a “Rodada do Milênio”, um encontro para articulações e negociações entre representantes governamentais para estabelecer a regulamentação do livre comércio no novo milênio. Rabelo (2006) destaca que uma declaração de membros da sociedade civil que se posicionavam contra um mercado global circulou pela internet através da lista de discussões *Stop WTO*

Round (Pare a Rodada da OMC) e foi impulsionada por um grande número de organizações sociais: mais de 1500 entidades de 89 países aderiram à carta.

Os preparativos incluíram treinamentos em técnicas de protesto não violento, organizados pelo coletivo *Direct Action Network* - DAN, bem como encenações e apresentações festivas, que deram um tom irreverente ao protesto. A autora mostra que a partir de 26 de novembro, foram realizados uma série de seminários, reuniões, colóquios e encontros, entre ativistas, associações e redes em sua maioria da Europa, Austrália, Índia, EUA e Canadá, com pouquíssima frequência de indivíduos e grupos da África, Ásia e América Latina. Bennett (2003a) mostra que as redes de ativistas engajadas contra alvos não-estatais e transnacionais, tais como as corporações e regimes de comércio, contavam com uma crescente coordenação de comunicação e ação através das redes internacionais de ativistas, ainda que concentradas na Europa e EUA.

A batalha se iniciou no dia 30 de novembro, quando um gigantesco protesto tomou as ruas da cidade, bloqueando a entrada de hotéis e, sobretudo, do Centro de Convenções onde se realizaria a abertura oficial do evento. Van Aelst *et al* (2002) assinalam que uma mistura de ONGs, movimentos sociais e grupos de ação direta engajados em marchas coloridas, bloqueios de rua e confrontação com a polícia praticamente obstruiu as atividades do dia de abertura da conferência. A polícia reagiu de forma violenta, a batalha se prolongou por toda noite e a tentativa de abertura fracassou.

Rabelo (2006) mostra que as diferenças se exaltaram também no interior da Cúpula quando representantes de países do Terceiro Mundo falaram contra os critérios de negociação impostos pelos países industrializados. Além disso, Washington se indispôs com a União Europeia que queria debater temas como meio ambiente, investimentos, políticas de concorrência, etc. No dia 4 de dezembro foi anunciado, por amplos meios da imprensa mundial, o fracasso das negociações. As notícias globais deixaram os manifestantes com sentimento de vitória: os ativistas fizeram parte da conferência mesmo sem ter sido convidados e ainda conseguiram impedir as negociações. Kavada (2006) assinala o caráter desta coalizão vitoriosa de movimentos sociais: multifacetada e parcialmente organizada eletronicamente, com alguns destes movimentos e organizações tendo características predominantemente virtuais.

As mídias digitais e pessoais foram muito importantes para estes ativistas sendo que a internet desempenhou um papel fundamental neste protesto. Desde 1999, graças à internet, os indivíduos puderam aderir à campanha anti-OMC, sendo que a lista de discussão *StopWTORound* permitiu que muitos recebessem informações detalhadas sobre diferentes aspectos da OMC (VAN AELST *et al.*, 2002), além de colocar em contato membros de uma constelação de ONGs e movimentos que se articulavam (SEOANE *et al.*, 2002). Muitos ativistas citam a importância de mídias pessoais digitais na criação de redes e na coordenação de ações através de diversas identidades políticas e organizações, sendo que uma questão chave destas práticas comunicativas parece ser a redução de custos, o aumento da eficiência da ação política e a capacidade de mudar o jogo político (BENNETT, 2003a).

Kellner (2003) procura entender o uso da internet para promover conflitos globais, destacando a mobilização de caravanas de vários pontos dos EUA para Seattle, bem como de contingentes de ativistas ao redor do mundo. Muitos dos que protestavam nunca haviam se conhecido e foram recrutados pela internet. Além disso, pela primeira vez, trabalhistas, ambientalistas, feministas, anticapitalistas, defensores dos direitos dos animais, anarquistas e outros grupos se organizaram para protestar contra aspectos da globalização e formar novas alianças e solidariedades para futuros confrontos. As manifestações tomaram lugar ao redor do mundo e espalharam uma proliferação de material anti-OMC pela internet.

Wall (2007) analisa a participação em listas de *e-mails* usadas pelos atores do movimento nas manifestações de Seattle. Apesar da existência de formas mais avançadas de tecnologia, tais como os serviços de compartilhamento de vídeo, o uso das listas de *e-mail* não pode ter sua importância diminuída, em especial por ser uma forma chave de comunicação que está amplamente disponível ao redor do mundo. A autora aponta que as listas enfatizavam diferentes formas de expressar identidades coletivas, seja enquadrando as questões; seja estabelecendo fronteiras entre quem é ou não é do movimento, e eventualmente entre facções dentro do movimento; seja criando conexões emocionais.

A comunicação também foi facilitada por vários *sites* na internet, sendo que o *site* guarda-chuva da coalizão anti-OMC foi o mais famoso. A internet também contribuiu com a divisão do trabalho entre diferentes organizações tanto antes quanto durante os protestos: enquanto grupos com laços locais se concentraram na mobilização e ação direta, grupos transnacionais proveram informações e quadros de significação para alimentar a ação (VAN AELST, *et al*, 2002).

Figueiredo (2007) chama atenção para o surgimento da rede *Indymedia*, atualmente formada por centenas de coletivos, os Centros de Mídia Independente – CMI, espalhados pelo planeta, organizados horizontalmente e dedicados à democratização das comunicações. Esta rede nasceu de um *site* criado durante os protestos de Seattle, para que os ativistas pudessem trocar arquivos com informações alternativas à grande mídia. Alcântara (2009) destaca que, através de uma rede descentralizada e autônoma, o centro teve um papel importante, oferecendo informações, reportagens, fotos e vídeos em tempo real através do site na internet. Tendo recebido a participação de mais de um milhão de indivíduos, atualmente os CMIs se destacam pela manutenção de *sites* de publicação aberta – nos quais o consumidor de notícias, áudios e vídeos pode também ser o seu produtor.

Kellner (2003) assinala que a internet possibilitou uma “cobertura crítica” do evento, com a documentação dos vários grupos de protesto e um debate sobre a OMC e a globalização. Enquanto a mídia hegemônica apresentava os manifestantes como anti-comércio, destacando os incidentes de violência anarquista contra a propriedade e minimizando a brutalidade policial contra os manifestantes, a internet possibilitou a circulação de imagens, relatos de testemunhas oculares sobre a crueldade policial e a natureza pacífica e não violenta dos protestos. Enquanto a mídia hegemônica apresentava as atividades anti-OMC de Seattle em um enquadramento negativo, privilegiando porta-vozes suspeitos como críticos da globalização, a internet possibilitou múltiplas representações das manifestações, avançou na discussão e reflexão sobre a OMC e a globalização e apresentou uma diversidade de perspectivas críticas.

Se no passado os atores dos movimentos frequentemente trabalhavam distantes e com contatos esporádicos uns com os outros, Wall (2007) assinala que as TICs os estimulam a fazer conexões e parcerias globais. A internet é frequentemente vista como uma chave para as atividades e ações de atores não-estatais engajados em movimentos globais, já que permite que estes grupos se comuniquem transnacionalmente de forma a desafiar o poder do Estado e do mercado. Com isso, as comunicações tecnológicas parecem estar modificando a habilidade dos movimentos sociais realizarem a organização política ou *advocacy* eletrônica.

A autora identifica cinco formas gerais pelas quais os movimentos sociais se comunicam com a internet: coleção de informações, publicação de informação, diálogo, ação coordenada e *lobby* sobre os tomadores de decisão. Em Seattle, o movimento usou a internet para organizar, educar e mobilizar. Particularmente, os ativistas anti-OMC usaram a internet para mobilizar em rede, amplificar informações e resistir às hierarquias de informação hegemônicas. Sodré (2011) enfatiza que este modelo de mobilização em rede fez da Batalha

de Seattle o palco de uma contestação nunca vista pelos mais radicais ativistas, com a formação de uma espécie de assembleia virtual permanente na internet para discutir e se informar em tempo real sobre os acontecimentos através de atos contestatórios à cúpula da OMC. Essa estrutura difusa de mobilização constitui um modelo de organização democrático e uma arma poderosa contra a estrutura vigente de poder, provocando no plano simbólico um efeito de crise da ideologia global-capitalista. Milhões de indivíduos recebem mensagens, informam-se, visitam *sites* desses movimentos globais e participam de listas de discussão em frente ao seu computador numa permanente assembleia auto-organizada em rede.

O autor destaca que, em cada manifestação ocorrida em Seattle, grupos que até então tinham atuações tão diferenciadas, e às vezes até contraditórias, agiam com interesses comuns: ambientalistas, sindicalistas, anarquistas, grupos religiosos, gays e lésbicas protestavam através de uma estrutura em rede sem qualquer estrutura central e unificadora. Os fóruns e grupos de afinidade constituíam a base desses movimentos, que conseguiam agir conjuntamente de acordo com o que têm em comum. Kavada (2006) mostra que esses grupos parecem operar uma “rede de redes”, constituindo um primeiro exemplo de resistência a lideranças na medida em que gerenciavam protestos e eventos coordenados sem um líder específico, um programa comum ou um centro de comando.

Wall (2007) entende que a internet também é importante como um meio de contrariar o *status quo*, que tende a dominar a maioria das discussões políticas, além de ter o potencial para aumentar o poder de grupos de ativistas ao permitir que redes de cidadãos desafiem o controle corporativo e estatal. De um lado, para os otimistas, a internet abriu novos espaços para a participação pública e privada, bem como aumentou a participação pública em questões políticas. De outro, para os pessimistas, os padrões de controle da internet que sugerem um domínio de algumas companhias sobre a maior parte dos sistemas de comunicação se estende para a internet, ainda que esta possibilite mais participação e mais democracia. Além disso, em termos de poder, a confiança na internet parece privilegiar certos grupos, linguagem, gêneros e países em detrimento da exclusão de outros.

Van Aelst *et al* (2002) destacam que além de ser um instrumento de mobilização, a internet e outras formas de comunicação foram usados como meios de ação propriamente ditos em Seattle. Neste sentido, o ativismo virtual pretendeu atacar o oponente de dentro, além das ruas: aqueles que não puderam ir a Seattle, puderam se engajar em manifestações virtuais pacíficas, bloqueios de acessos de *sites* oficiais ou enviando e-mails coletivos ou fax para manter o fluxo de informações. Entretanto, os autores destacam que estas formas de ativismo eletrônico não foram usadas massivamente e foram menos importante para o sucesso do movimento.

1.3.3. Depois de Seattle

Sodré (2011) assinala que depois da Batalha de Seattle, ocorreram novas mobilizações de boicote às cúpulas das organizações supranacionais, acusadas de instrumento administrativo e legislativo do domínio das multinacionais sobre a economia do planeta. Essas organizações se tornam alvo por não possuírem legitimidade democrática, tendo em vista que foram criadas pelas potências ocidentais para administrar as relações financeiras entre os Estados e entre os grandes grupos, bem como planejar intervenções econômicas em diversas áreas do planeta.

Van Aelst *et al.* (2002) apontam que, depois das manifestações em Seattle, quase todos os encontros de organizações econômicas transnacionais lidaram com mobilizações de rua orquestradas pela internet. Foi o caso, por exemplo, dos encontros de dois símbolos da

globalização, em 2000: o FMI e o Banco Mundial, em Washington. Novamente, a internet foi utilizada para mobilizar ativistas para se juntar nos protestos: uma mistura heterogênea de ativistas de mais de 200 grupos e 55 países tentaram evitar que os ministros de finanças se encontrassem. Mas, desta vez, falharam, muito em função da melhor organização policial, e os membros do FMI conseguiram um avanço: eles se encontraram. No entanto, o impacto deste movimento embrionário foi reconhecido: em um comunicado, ambas as instituições admitiram que seu papel se tornou objeto de debate público e que os benefícios do livre comércio e dos mercados de capital internacionais não estavam atingindo a todos.

Um ano mais tarde, em Praga, quando as instituições se encontraram novamente, as conversas sobre “alívio da dívida” e “luta contra a pobreza” foram mais proeminentes do que antes. Cerca de 20 mil manifestantes usaram as táticas de Seattle: forte organização prévia via internet, tentativas de bloquear a reunião e confrontos sistemáticos com a polícia. Entretanto, os protestos em Praga também não levaram os ativistas a uma sensação vitoriosa, pois eram menos participantes do que o que era esperado e a mídia deu mais atenção à violência e danos de propriedade provocados pelos anarquistas, deixando o público com uma imagem negativa do movimento.

Neste sentido, a discussão sobre estratégias pacíficas ou obstrutivas estavam na pauta do movimento, quando organizações se juntaram novamente contra o encontro da Área de Livre Comércio das Américas - ALCA, em Quebec, no qual os líderes estariam negociando o maior acordo de livre comércio, a vigorar a partir de 2005. Os encontros de cúpula da União Europeia, em Nice, Gotemburgo e Bruxelas; e do G8, em Gênova, em 2001 também tiveram protestos relacionados com a questão da globalização.

Todas essas ações tiveram em comum o fato de serem orquestradas pela internet e estarem relacionadas com a Cúpula. Provavelmente contra sua vontade, os defensores da globalização criaram, com suas conferências e encontros, uma plataforma de mídia para seus opositores. Estas cúpulas internacionais estimularam novas oportunidades políticas para o ativismo transnacional. Sodré (2011) destaca que as manifestações que vão de Seattle a Gênova, passando pelas grandes mobilizações contra a ocupação do Iraque até a reunião dos militantes nos fóruns sociais mundiais, foram marcadas por conseguir arregimentar uma quantidade significativa de indivíduos na América do Norte e na Europa. Um dos maiores avanços deste movimento a partir de então foi a comunicação através da produção de conteúdo para suas páginas na internet, além da criação de fóruns para debates. O movimento se organiza e se articula em rede, abrindo-se para diferentes apreciações e opiniões.

Kellner (2003) entende que o movimento por uma globalização alternativa usou a internet para organizar as manifestações de massa e para disseminar informações ao redor do mundo acerca das instituições da globalização capitalista. Khan *et al.* (2004) apontam que a internet foi utilizada de forma democrática e emancipatória por uma crescente cidadania planetária para se tornar informado, para informar os outros, e para construir novas relações políticas e sociais. Eles chamam atenção, por exemplo, para o fato de, em 2002, a mídia hegemônica norte-americana promover a agenda militar, econômica e política de Bush, bem como a guerra ao terrorismo, enquanto uma grande variedade de cidadãos, ativistas e grupos políticos oposicionistas desenvolveram órgãos alternativos de informação e comunicação. Os autores destacam um novo ciclo de politização da internet que consiste na implosão da mídia e da política em uma cultura popular mediante a utilização da internet por um número de indivíduos sem precedentes para produzir instrumentos originais e modos de democracia. No despertar dos atentados de 11 de setembro de 2001 e das intervenções militares no Iraque e no Afeganistão, um tipo de ativismo político surgiu com a internet desempenhando um papel cada vez mais central.

Entre o final de 2002 e o início de 2003, movimentos globais anti-guerra começaram a erguer desafios significativos à administração Bush com suas políticas contra o Iraque e as ameaças bélicas. Chegando a amplas audiências, grupos como *MoveOn* (www.moveon.org), *A.N.S.W.E.R* (www.internationalanswer.org) e *United for People and Justice* (www.unitedforpeace.org) usaram a internet para circular informação, organizar manifestações e promover diversas atividades anti-guerra. Em 15 de fevereiro de 2003, uma manifestação pública sem precedentes mobilizou cinco milhões de indivíduos em 60 países, que clamaram por paz ao redor do mundo, revelando como as tecnopolíticas ajudam a definir e expandir o conflito contemporâneo pela paz e democracia. Depois de usar a internet e tecnologias *wireless* para organizar de forma bem-sucedida uma vasta gama de manifestações anti-guerra e por uma globalização alternativa, os ativistas continuam a construir uma espécie de bloco virtual que monitora, critica e luta contra versões agressivas do capitalismo ocidental e imperialismo promovidos pelos EUA e seus parceiros do G8.

Khan *et al.* (2005) também destacam o papel desempenhado pelas tecnopolíticas nas eleições espanholas de março de 2004, quando o candidato do Partido Socialista superou o primeiro ministro do Partido Conservador que se tornou amplamente favorito depois de uma série de atentados terroristas que mataram cerca de 200 indivíduos em Madrid, dias antes da eleição. Inicialmente, o governo divulgou o atentado como sendo do ETA, grupo extremista basco, ainda que fosse mais típico da Al Qaeda.

Os indivíduos na Espanha usaram a internet, telefones celulares e mensagens de texto, entre outras modalidades tecnológicas de comunicação para mobilizar outros indivíduos para participarem em manifestações anti-governo e anti-ocupação. Estes protestos denunciaram as mentiras do governo no que diz respeito aos ataques terroristas de Madrid, pedindo o fim do envolvimento espanhol na coalizão pela vitória (contra o Iraque) de Bush, com a qual tropas espanholas estavam participando da ocupação do Iraque. O espetáculo de mídia de um governo mentiroso, um grande número de indivíduos se manifestando contra isso e o uso de formas alternativas de comunicação e informação desenvolveram um suporte para o candidato anti-governo, que acabou vitorioso nas eleições.

1.4. Internet: Ferramenta Comunicacional e Recurso Organizacional

Nesta seção, reuni reflexões sobre a internet feitas por Bennett (2003a; 2003b) e Kavada (2006), a fim de mostrar as mudanças que estavam em curso depois da emergência da rede de guerra zapatista e do movimento por uma globalização alternativa. Trata-se de um esforço de teorização importante pelos autores, que acabam prospectando e antecipando algumas das análises efetuadas por Castells (2012) que apresento na seção seguinte, bem como até mesmo a própria formação da Avaaz, que começo a trabalhar no capítulo seguinte.

Bennett (2003a) explora alguns caminhos pelos quais as redes de comunicação digital podem estar mudando o jogo político em favor de atores com poucos recursos que, em muitos casos, estão experimentando estratégias políticas que fogem dos canais convencionais da política nacional, tais como eleições e processos de interesses. As práticas de comunicação digital parecem ter uma variedade de efeitos políticos no crescimento e nas formas de ativismo global seja nas dinâmicas organizacionais e padrões de mudança, seja nas relações políticas estratégicas entre ativistas, oponentes e público espectador. Os padrões de participação individual parecem ser afetados por redes de comunicação hiperconectadas que encorajam indivíduos a encontrar múltiplos pontos de entrada em várias formas de ação política.

No entanto, ainda que a internet tenha se tornado um importante recurso organizacional, Bennett (2003a) destaca problemas e vulnerabilidades potenciais associadas às redes comunicativas que se baseiam nela. A facilidade de entrar e sair de redes policêntricas significa uma dificuldade de controlar campanhas ou construir quadros de identidade coletiva coerentes. As organizações também podem enfrentar desafios à sua organização interna e objetivos quando empregam processos de comunicação coletiva e aberta para definir agendas e organizar ações. Além disso, algumas organizações passam por mudanças internas quando se tornam importantes nós em redes, acomodando demandas de membros de outras redes.

O autor argumenta que a importância da internet em redes de protesto globais inclui ganhos que podem ser documentados por organizações com menos recursos. No nível das redes, inclui a formação de coalizões amplas e flexíveis que exibem a força de seus laços fracos, fazendo com que estas redes sejam mais adaptáveis e resistentes aos ataques do que coalizões formadas por parceiros baseados em lideranças de organizações burocráticas. As aplicações da internet podem assumir uma variedade de formas, desde fechadas e hierárquicas até abertas e amplamente distribuídas na medida em que os padrões que assumem refletem os contextos sociais, pessoais e políticos nos quais muitos ativistas globais definem suas relações mútuas.

Bennett (2003a) chama atenção para três pontos. O primeiro é a formação da identidade em redes sociais distribuídas em um modelo do tipo *SPIN*. A ideia de organizações policéfalas e policêntricas indica que as redes globais de ativistas possuem muitos centros ou nós, não definidos em torno de líderes. A base primária de integração e crescimento do movimento, portanto, mudou da ideologia para formas de associação mais pessoais e fluídas. As mudanças no modelo *SPIN* refletem os processos de identidade de sistemas fragmentados que fazem das redes de afinidades eletronicamente gerenciadas formas essenciais de organização política.

O segundo ponto é a configuração de uma forma de fazer política adequada a redes de comunicação distribuída, considerando que os alvos do ativismo global são numerosos e vão além da política nacional convencional. As campanhas direcionadas às corporações e ao comércio mundial e organismos de desenvolvimento remetem a todo um leque de oportunidades de comunicação com a internet: listas de discussão; alertas de ação; respostas de enxameamento como, por exemplo, ataques de negação de serviço em *sites* corporativos; e reconfiguração contínua das redes, provocando mudança dos atores e do foco das campanhas. Estas possibilidades permitem entender como janelas políticas de protesto transnacionais operam em uma escala tão grande, entre grupos e indivíduos unidos por laços fracos de lideranças ou ideologias, cujos protestos cobrem diversas questões políticas.

Em terceiro lugar, a internet coloca a necessidade de repensar a organização das redes de protestos na medida em que uma mistura de comunicação virtual e face a face define muitas redes de ativistas, bem como os contatos nestas redes vão muito além dos seus círculos sociais imediatos, em especial se estes contatos podem ser sustentados em termos de custo e escala oferecidos pelas aplicações da internet. Na ausência de integração ideológica, quadros de identidade coletiva claros e/ou forte liderança organizacional, os recursos de mudança de escala remetem a níveis de organização por sistemas de comunicação, que se opõem a uma comunicação que meramente reflete ou amplifica a organização política.

O autor mostra que a mesma comunicação que serve aos propósitos políticos estratégicos pode também operar como um recurso de organizações sociais. As práticas comunicativas são difíceis de separar das capacidades organizacionais e políticas, e nestes processos a internet serve de base para identidades de sub-políticas. Bennett (2003a) assinala

que os padrões de comunicação que refletem e reproduzem o ativismo global podem ser resumidos em quatro direções.

Na primeira, o ativismo global se caracteriza por comunicações de campanhas de longa duração, que podem ser vistas como permanentes, servindo para organizar protestos e publicizar questões. Não são novas campanhas, mas mais prolongadas e menos dirigidas por controles centralizados e organizações que coordenam. As capacidades de rede e de mobilização destas campanhas fazem delas organizações políticas que sustentam redes de ativistas na ausência de lideranças de organizações centrais. Estas campanhas parecem continuar por muito tempo e não mudar, em termos de redes e objetivos, na medida em que o alvo é amplamente reconhecido e interessante, podendo ser conectado a várias preocupações de estilos de vida (proteção do consumidor, espécies ameaçadas, qualidade ambiental, sofrimento humano, corrupção política). Além disso, os *weblogs*, listas de discussão e sites de campanhas em rede criam uma comunidade epistêmica que faz da campanha uma fonte de conhecimento sobre problemas, enquanto fazem dos alvos um exemplo de problemas e de soluções.

Na segunda, a comunicação em muitas redes é ideologicamente fraca, mas rica em termos de identidade individual e narrativas de estilo de vida. Os níveis de discurso ideológico e identidades enquadradas em uma rede são inversamente relacionados aos seguintes aspectos: número e diversidade dos grupos na rede; volume dos *links*; igualdade do acesso de comunicação, estabilizado pelos nós da rede; e nível no qual o tráfego de rede envolve as campanhas. O autor destaca que não é a internet, mas as estruturas de rede estabilizadas através da internet que conformam a coerência do conteúdo da comunicação.

Na terceira, os padrões de uso da internet afetam as qualidades organizacionais das redes, bem como o desenvolvimento dos membros da organização. Estas redes podem se reconfigurar rapidamente, sendo que o autor identifica pelo menos quatro dinâmicas organizacionais das interações organizacionais com redes comunicativas: a transformação de uma organização se relaciona com demandas dos parceiros de rede; as organizações mudam para outra rede a fim de evitar sua transformação e manter sua capacidade como nós ativistas em outras campanhas; as organizações em rede criadas para desempenhar tarefas específicas produzem redes substitutas; e as organizações que adotam redes abertas de comunicação se transformam pelas trocas de informação entre seus membros.

Por fim, na quarta direção, as novas mídias podem alterar o fluxo de informações através da mídia de massa. Com isso, o autor vislumbra a criação de uma esfera pública baseada em micro-mídias (*e-mail*, listas de discussão) e mídias-médias (canais de internet como *blogs*, *sites* de organizações, *e-zines*), que oferecem aos ativistas um importante nível de informação e independência comunicativa da mídia de massa.

Em outro artigo, Bennett (2003b) busca identificar as condições que permitem aos ativistas usar as novas TICs — compreendendo neste universo os telefones celulares, a internet, as tecnologias de *streaming*, as redes *wireless* e as altas qualidades de publicação e informação compartilhada permitidas pela rede mundial de computadores — para comunicar mensagens sobre suas redes de protestos através dos limites geográficos e midiáticos.

Diferente do que estamos defendendo aqui, um processo de imbricamento sociotécnico, o autor deixa claro que considera a internet apenas mais um meio de comunicação, sendo que fazer compras ou uma revolução com a internet é mais resultado dos contextos humanos em que a comunicação ocorre do que o resultado do meio de comunicação por si só. No entanto, McAdam *et al* (2001) entendem que a escala de protesto a nível global parece impossível sem a comunicação global e a capacidade de coordenação da internet,

tendo em vista que esta permite tanto a diversidade quanto a escala global de protestos a custos muito reduzidos que estão atribuídos a expansão das coalizões.

O movimento de mudança global é empoderado pela dupla capacidade de comunicação da internet, interna e externa. Bennett (2003b) relaciona o poder da internet nos protestos globais e em muitas outras configurações políticas com três elementos do contexto humano. Os dois primeiros são derivados dos efeitos econômicos da globalização e o terceiro da globalização da infraestrutura de comunicações: a disposição dos ativistas para compartilhar, fundir e tolerar diversas identidades políticas; a percepção dos ativistas de que problemas grandes e complexos escaparam do alcance regulatório dos governos e nações, e que esses problemas exigem atividades de protesto de escala global, atravessando fronteiras de tempo e espaço; e a permeabilidade crescente de todas as mídias para comunicações transversais que permitem a viagem de mensagens virais pelos novos limites do tempo e espaço da internet para atingir grandes públicos com identidades que estão abertas para as diversas experiências que a mudança global, podendo atingir muitos habitantes do planeta.

A interação entre a internet e as práticas de seus usuários – e suas interações em contextos materiais e sociais – constitui a matriz de um processo de imbricamento sociotécnico no qual podemos localizar o potencial da internet criar novos espaços para discursos e ação coordenada. A globalização da resistência e o deslocamento da identidade possibilitam uma identificação com parceiros distantes e diferentes na definição do problema e da solução, enquanto uma comunidade cosmopolita permite que o processo de individuação se desenvolva em direção a novas formas coletivas. A internet passa a ser um meio fácil de se ligar e permanecer ligado aos outros em busca de novas ações coletivas que não desafiam as identidades individuais.

Por outro lado, com a redefinição do tempo e do espaço, a internet abre novas brechas para a contestação de poder. A internet não foi apenas importante para a organização de protestos simultâneos, mas contribuiu para a imagem global de tais eventos ao viabilizar uma comunicação em rede e fluxo de mídia. A importância das novas TICs na contestação do poder envolve mais além do que sua existência como novas formas de comunicação. Os impactos políticos de tecnologias emergentes refletem as mudanças sociais, psicológicas e econômicas vividas por cidadãos que as utilizam.

Por fim, Kavada (2006) destaca que a internet pode ser considerada não somente como uma nova forma de comunicação, mas também como um processo organizacional que afeta a estrutura interna dos movimentos. Ao intensificar comunicação entre todas as partes de uma organização, ela aponta um potencial para contestar um modelo hierárquico de comunicação. Além disso, também parece afetar a escala e o alcance do movimento por uma globalização alternativa, tanto em termos de organização quanto de desenvolvimento e negociação de uma identidade coletiva.

A internet parece encorajar conexões entre atores ideologicamente diversos, bem como conduzir a alianças e coalizões temporárias, tanto verticais quanto horizontais, em diferentes questões. A facilidade de ligação ou abandono dessas coalizões digitais, sua estrutura organizacional mais solta e a dispersão geográfica das relações interpessoais entre os ativistas permitem ao movimento por uma globalização alternativa promover laços de solidariedade e identidade coletiva em uma escala internacional e entre diferentes participantes, cujas diferenças ideológicas podiam ser consideradas inconciliáveis. A seguir, destaco a análise que Castells (2012) desenvolveu sobre os movimentos que tiveram lugar na esfera pública no ano de 2011.

1.5. A Internet nas Redes de Indignação e Esperança

O ano de 2011 foi repleto de manifestações de movimentos sociais pelo mundo, parecendo inaugurar um novo ciclo de protestos, com destaque para os seguintes: as revoltas na Tunísia, a elaboração de uma constituição participativa na Islândia, uma revolução no Egito, a Primavera Árabe²³, os *Indignados* espanhóis e o movimento *Occupy Wall Street*. Da mesma forma, os protestos que tomaram corpo no Brasil a partir de junho de 2013 podem ser destacados neste ciclo. O que todos esses movimentos apresentam em comum? Qual o papel da internet nestes protestos e manifestações?

Nesta seção vou me basear na análise de Castells (2012) sobre os movimentos sociais na era da internet, entendidos por ele como “redes de indignação e esperança”. Historicamente, os movimentos sociais podem ser vistos como alavancas da mudança social, pois normalmente se originam de uma crise das condições de vida que tornam o cotidiano insuportável para muitos indivíduos ou de uma perda de confiança nas instituições políticas que gerenciam a sociedade. A combinação de degradação nas condições materiais de vida com crise de legitimidade dos governantes responsáveis pelos assuntos públicos induz os indivíduos a tratar os problemas que enxergam mediante o engajamento em uma ação coletiva, que vai além dos canais institucionais instalados, e assim defendem suas demandas e, eventualmente, mudam os governantes e as regras que regem suas vidas. Este engajamento envolve várias camadas de mediação e a construção de um problema público destas demandas pelos movimentos, que, de certa forma, remetem a um comportamento de risco inerente à ação coletiva, pois a manutenção da ordem social e a estabilidade das instituições políticas se expressam em relações de poder que são reforçadas pela intimidação e pelo uso da força.

O autor chama atenção para o fato de que os movimentos sociais são desencadeados por emoções derivadas de eventos significativos que ajudam os manifestantes a superarem o medo e desafiar os poderes constituídos apesar do perigo inerente a sua ação. A mudança social envolve uma ação, individual e/ou coletiva, que é emocionalmente motivada como todo comportamento humano. Mediante as seis emoções básicas (medo, repugnância, surpresa, tristeza, alegria e raiva), a teoria da inteligência afetiva na comunicação política argumenta que o gatilho para a ação é a raiva, enquanto o sentimento repressor é o medo. A raiva aumenta com a percepção de uma ação injusta e com a identificação do agente responsável pela ação. Por outro lado, o medo desencadeia ansiedade, que está associada a evitar o perigo. O medo é superado ao compartilhar e identificar com outros no processo de ação comunicativa e, se a raiva prevalece, pode levar os indivíduos a assumir comportamentos de risco.

Quando este processo de ação comunicativa induz à ação coletiva e à mudança, Castells (2012) destaca que prevalecem as emoções mais positivas e potentes, sendo que o entusiasmo empodera as mobilizações sociais: indivíduos entusiasmados em rede, tendo superado o medo, se transformam em um ator coletivo consciente. A mudança social acontece a partir da ação comunicativa que compreende as conexões entre redes neurais de cérebros humanos estimulados pelos sinais de redes de comunicação em um ambiente comunicativo. As tecnologias e morfologias destas redes de comunicação moldam os processos de mobilização e de mudança social, tanto como processo quanto como resultado.

As transformações tecnológicas e organizacionais da comunicação de larga escala estão associadas ao aparecimento de uma autocomunicação de massas, baseada em redes

²³ Castells (2012) relaciona aqui os protestos e manifestações públicas nos seguintes países no mundo árabe, em ordem cronológica: Argélia, Líbano, Jordânia, Mauritânia, Sudão, Omã, Iêmen, Bahrain, Líbia, Kuwait, Marrocos, Saara Ocidental, Arábia Saudita e Síria.

horizontais de comunicação interativa e multidirecional na internet e, mais ainda, em redes de comunicação *wireless*, configurando a forma predominante de comunicação no mundo atual (CASTELLS, 2009). É no contexto de uma sociedade global em rede, vislumbrada como uma nova estrutura social que os movimentos sociais do século XXI estão sendo formados.

Os movimentos acima destacados se originaram de uma crise econômica estrutural e/ou de uma crise de legitimidade. Por um lado, a crise econômica que abalou as bases do capitalismo informacional global colocou em questão a prosperidade na Europa e nos EUA, a partir de 2008, ameaçando governos, países e grandes corporações com o colapso financeiro; e levando a um encolhimento substancial do Estado de Bem-Estar Social, que garantiu estabilidade social por décadas. Esses fatores estão nas origens de movimentos como a elaboração de uma constituição participativa na Islândia, os *Indignados* espanhóis e o movimento *Occupy Wall Street*. Por outro lado, a crise alimentar global impactou o modo de vida da maioria dos indivíduos nos países árabes, com o aumento do preço de itens básicos atingindo níveis insuportáveis para uma população que já gastava a maior parte de sua baixa renda com alimentação: uma desigualdade social excessiva por todo lugar se tornou intolerável aos olhos de muitos que sofriam com a crise sem esperança e confiança. Esses aspectos foram importantes para as revoltas na Tunísia, a revolução no Egito e a Primavera Árabe. No que diz respeito ao Brasil, diferentemente, Cava (2013) relaciona os protestos ao esgotamento do pacto de crescimento “lulista”, bem como com uma crise da democracia representativa burguesa.

Não irei aprofundar a análise de cada um destes protestos. No que interessa aqui, Castells (2012) entende que estes movimentos não surgem da pobreza ou do desespero político, mas de uma mobilização emocional desencadeada, de um lado pela indignação contra uma injustiça e, de outro, pela esperança de uma possível mudança como resultado de exemplos de revoltas bem-sucedidas em outras partes do mundo. Cada revolta inspira a próxima em função das imagens e mensagens compartilhadas em rede com a internet. Apesar das diferenças que possam existir entre os movimentos sociais relacionados nesta seção, em especial o contexto social, cultural e político de cada um, o autor destaca algumas características em comum, que analiso a seguir.

Fundamentalmente, os movimentos sociais destacados nesta seção podem ser vistos como redes. O uso da internet e de redes móveis de comunicação são essenciais, mas a forma de rede é multimodal, incluindo redes sociais *online* e *offline*, redes sociais pré-existentes, formadas durante as ações dos movimentos, dentro do movimento, com outros movimentos ao redor do mundo, com a blogosfera, com a mídia e com a sociedade, uma série de redes enfim. As tecnologias de rede são significativas porque proveem a plataforma para esta contínua e expansiva prática em rede, que evolui com a mudança de forma do movimento. Embora todos esses movimentos estejam enraizados no espaço urbano, através de ocupações ou de manifestações de rua, sua existência contínua toma forma no espaço da internet.

Por se caracterizarem como uma rede de redes, estes movimentos não tem um centro identificável, sendo que as funções de coordenação e, por vezes, de deliberação são garantidas pela interação entre múltiplos nós das redes, ainda que exista um processo que leva à estruturação de centros de controle, como veremos no capítulo seguinte ao tratar da *Avaaz*. Isso faz com que não precise de uma liderança formal, um comando, um centro de controle ou uma organização vertical para distribuir informações ou instruções. Essa estrutura descentralizada aumenta as chances de participação no movimento, sendo que as redes em aberto, sem definir fronteiras, sempre se reconfiguram de acordo com o envolvimento da população. Isso também reduz a vulnerabilidade do movimento no trato com a repressão, pois passam a existir poucos alvos específicos a serem reprimidos, exceto nos lugares públicos

ocupados, e a rede pode se reconfigurar na medida em que existam participantes o suficiente no movimento, conectados por seus objetivos comuns e valores compartilhados. Castells (2012) entende que a forma de organização em rede protege o movimento tanto contra seus adversários, quanto dos perigos internos de burocratização e manipulação.

Esses movimentos geralmente começaram em *sites* de redes sociais, tais como *Youtube*, *Facebook* e *Twitter*, e ocuparam o espaço urbano, seja pela ocupação permanente de praças, seja pela deflagração de sequências de manifestações públicas. O autor chama o espaço dos movimentos de espaço de autonomia, uma espécie de híbrido entre o espaço de fluxos da internet e das redes de comunicação *wireless* e o espaço dos lugares ocupados e construções simbólicas que são alvo dos protestos. A autonomia só pode ser assegurada pela capacidade de organizar no espaço livre das redes de comunicação, mas ao mesmo tempo ser exercida como uma força transformadora ao desafiar a disciplina da ordem institucional quando reclama o espaço da cidade para os cidadãos. O espaço da autonomia é a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede.

Castells (2012) entende que estes movimentos são locais e globais ao mesmo tempo. Eles começam em contextos específicos, com suas próprias razões, constroem suas próprias redes e um espaço público próprio na medida em que ocupam o espaço urbano e se conectam com as redes da internet, caracterizando um processo de imbricamento sociotécnico. Mas são também globais porque estão conectados através do mundo, aprendem com outras experiências e se inspiram nelas para se engajar na sua própria mobilização. Eles mantêm um debate, contínuo e global, na internet e algumas vezes chamam articulações para manifestações globais em uma rede de lugares locais ao mesmo tempo.

Em sua gênese, estes movimentos são espontâneos e são geralmente desencadeados por uma faísca de indignação relacionada com um evento específico ou um desgosto com a ação dos governantes. Em todos os casos, se originaram por uma chamada para ação no espaço dos fluxos da internet que visava criar uma comunidade imediata de prática insurgente no espaço dos lugares. A origem da chamada é menos relevante do que o impacto da mensagem nos múltiplos e desconhecidos receptores, cujas emoções se conectam com o conteúdo e a forma da mensagem. O autor entende que o poder da imagem é soberano e, neste sentido, a plataforma *Youtube* foi provavelmente a mais importante ferramenta de mobilização nos estágios iniciais dos movimentos, sendo que são particularmente significativas as imagens de repressão violenta pela polícia ou tropas militares.

Seguindo a lógica das redes com a internet, esses movimentos são virais, não somente pelo caráter de difusão das mensagens ou de mobilização das imagens, mas pelo efeito das manifestações, que passaram a brotar por todos os lugares, difundindo-se: de um país para outro, de uma cidade para outra, de uma instituição para outra. Ver e ouvir protestos em algum lugar, mesmo em contextos distantes e culturas diferentes, inspira novas mobilizações porque desencadeia esperança na possibilidade de mudança.

Essa transição da indignação para a esperança é acompanhada por um processo de deliberação no espaço de autonomia. Os processos decisórios geralmente acontecem nas assembleias ou em comitês designados pelas assembleias. São movimentos sem lideranças visíveis, tendo em vista que uma das suas causas é a rejeição dos representantes políticos pelos representados, depois de se sentirem traídos e manipulados em suas experiências com políticos. Existem múltiplas instâncias em que alguns participantes são mais ativos ou mais influentes que outros, simplesmente porque comprometem todo seu tempo com o movimento, mas estes ativistas somente são aceitos por todos se não tomarem decisões por si. Ainda que existam tensões na prática diária do movimento, as regras mais aceitas remetem a um autogoverno pelos indivíduos no movimento: trata-se de um procedimento organizacional e

um objetivo político, que configuram as fundações de uma democracia real praticada pelos movimentos.

Desta forma, redes horizontais e multimodais, tanto na internet quanto no espaço urbano, criam um sentimento de união. Castells (2012) entende a união como uma questão-chave, já que é através dela que os indivíduos conseguem superar o medo e descobrir a esperança. Com união, o autor não se refere à comunidade, pois esta implica um conjunto de valores comuns, o que é uma construção dos movimentos, tendo em vista que os indivíduos chegam ao movimento com suas próprias motivações e objetivos, estabelecendo sua communalidade na prática do movimento. A comunidade seria um objetivo a ser atingido, sendo que a união pode ser vista como um ponto de partida, a origem do empoderamento.

A horizontalidade das redes sustenta a cooperação e a solidariedade, minando a necessidade de uma liderança formal. O que aparece como uma forma ineficaz de deliberação e decisão é, de fato, a fundação necessária para gerar confiança, sem a qual nenhuma ação comum poderia ser tomada contra o pano de fundo de uma cultura política caracterizada pela competição e pelo cinismo. O movimento constrói seus próprios antídotos contra a perversidade dos valores sociais que eles pretendem conter. O autor destaca um princípio que emerge dos debates em todos estes movimentos: atingir os objetivos não justifica os meios, pois são os meios que, de fato, carregam os objetivos da transformação.

Estes movimentos são autorreflexivos, pois constantemente se interrogam como movimentos, e também os indivíduos que os integram, sobre quem são, o que querem, o que querem alcançar, que tipo de democracia e sociedade desejam, como evitar as armadilhas e ciladas em que muitos movimentos caíram ao reproduzir os mecanismos do sistema que eles queriam mudar, em especial o que diz respeito à delegação política de autonomia e soberania. Esta autorreflexividade se manifesta nos processos de deliberações em assembleias, mas também em múltiplos fóruns na internet, em uma miríade de blogs e grupos de discussão em sites de redes sociais como o *Facebook*.

Castells (2012) entende que estes movimentos são raramente programáticos, exceto quando seu foco é uma questão clara e simples, como por exemplo, derrubar regimes ditatoriais. Os movimentos apresentam múltiplas demandas, todas vindas de cidadãos ávidos para decidir as condições de suas vidas. Por serem múltiplas demandas, com motivações ilimitadas, eles não podem formalizar qualquer organização ou líder porque seu consenso, sua união, depende de deliberação e protesto, e não de preencher um programa em torno de objetivos específicos. Trata-se de sua força, pela sua abertura, e sua fraqueza, já que não se pode atingir algo quando os objetivos a serem atingidos estão indefinidos. Além disso, não podem ser cooptados por partidos políticos, ainda que estes possam lucrar com a mudança de mentalidade proposta pelo movimento na opinião pública.

Estes são movimentos sociais que pretendem mudar os valores da sociedade, e eles podem ser movimentos de opinião pública, com consequências eleitorais. Eles pretendem transformar o Estado, mas não se apossar do Estado. Eles expressam sentimentos e agitam debates, mas não criam partidos ou apoiam governos, entretanto podem se tornar alvo de escolhas para marketing político partidário.

Por fim, estes movimentos são políticos em um sentido fundamental, em especial quando eles propõem e praticam a democracia deliberativa, direta, baseada em uma democracia em rede. Eles projetam uma nova utopia: a democracia em rede, baseada em comunidades locais e comunidades virtuais em interação. Castells (2012) entende que, em sua prática, estes movimentos em rede estão propondo uma nova utopia no coração da cultura de uma sociedade em rede: a autonomia do sujeito frente às instituições da sociedade. Quando estas falham ao gerenciar crises estruturais, a mudança toma corpo fora do sistema mediante

uma transformação das relações de poder que começa na mente dos indivíduos e se desenvolve na forma de redes construídas pelos projetos de novos atores que se constituem como sujeitos de uma história em construção. E a internet que, como todas as tecnologias, encarna a cultura material, é uma plataforma privilegiada para esta construção social da autonomia.

Castells (2012) entende que o papel da internet e da comunicação *wireless* nos movimentos sociais em rede é crucial, mas assinala que isso vem sendo obscurecido por uma discussão, difundida na mídia e nos círculos acadêmicos, que nega que estas tecnologias da comunicação estivessem nas raízes destes movimentos. O autor ressalta a obviedade desta colocação, já que nem a internet, nem qualquer outra tecnologia podem ser fonte de causas sociais, bem como os movimentos sociais surgem das contradições e conflitos de sociedades específicas, expressando a revolta dos indivíduos e projetos resultantes de suas experiências multidimensionais.

Torna-se essencial enfatizar o importante papel da comunicação na formação e práticas dos movimentos sociais, atual e historicamente, pois os indivíduos só podem desafiar a dominação ao se conectar com as outras, compartilhando indignação, sentindo união e construindo projetos alternativos para elas e para a sociedade em geral. Sua conectividade depende de redes interativas de comunicação e a forma fundamental de comunicação horizontal em larga escala nas sociedades contemporâneas se baseia na internet e em redes *wireless*. Através dessas redes digitais de comunicação, os movimentos vivem e agem, certamente em interação com a comunicação face a face e com a ocupação do espaço urbano.

As redes de comunicação digital constituem um componente indispensável nas práticas e organização destes movimentos da forma que existem ainda que a divisão digital não seja uma questão superada. Os atuais movimentos sociais em rede são amplamente baseados na internet, que pode ser visto como um componente necessário, mas não suficiente, da ação coletiva. As redes sociais digitais baseadas na internet, tais como o *Youtube*, o *Facebook* e o *Twitter*, entre outras, são ferramentas decisivas para mobilizar, organizar, deliberar, coordenar e decidir. O papel da internet vai além da instrumentalidade: suas tecnologias criam as condições para uma forma de prática compartilhada que permite que um movimento sem líderes sobreviva, delibere, coordene e se expanda. Por outro lado, a internet protege o movimento contra a repressão do seu espaço físico ao manter a comunicação entre os indivíduos do movimento e com a sociedade como um todo na marcha pela mudança social necessária para superar a dominação institucionalizada.

Castells (2012) destaca uma conexão fundamental entre a internet e os movimentos sociais em rede na medida em que ambos compartilham uma cultura específica, a cultura da autonomia, que entende como a matriz cultural fundamental das sociedades contemporâneas. Enquanto emergem do sofrimento dos indivíduos, estes movimentos sociais são diferentes dos movimentos de protesto: são essencialmente movimentos culturais, que conectam demandas do presente com projetos de futuro. Os movimentos destacados nesta seção corporificam o projeto fundamental de transformar indivíduos em sujeitos das suas próprias vidas ao afirmar sua autonomia frente às instituições da sociedade. Por isso, enquanto ainda demandam medidas que remediam a miséria que assola grande parte da população, como atores coletivos os movimentos não confiam nas instituições atuais e se engajam no caminho incerto de criar novas formas de convivência, procurando a constituição de um novo contrato social.

Como pano de fundo deste processo de mudança social está a transformação cultural de nossas sociedades com a emergência de um novo conjunto de valores definidos como individuação e autonomia, que ascenderam a partir dos movimentos sociais dos anos 1970 e

permearam a sociedade nas décadas seguintes com grande intensidade. De um lado, a individuação é uma tendência cultural que enfatiza os projetos do indivíduo como princípio que orienta seu comportamento (GIDDENS, 1991; BECK, 1992). Não se trata de individualismo, pois o projeto do indivíduo pode ser gerado através da ação coletiva e ideais compartilhados, como na preservação ambiental ou criação de comunidades, enquanto que o individualismo faz do bem-estar individual o objetivo final do projeto individualizado. De outro lado, o conceito de autonomia é mais amplo, pois pode se referir tanto a atores individuais ou coletivos, remetendo à capacidade do ator social se tornar um sujeito que define suas ações em torno de projetos construídos de forma independente das instituições da sociedade, de acordo com os valores e interesses deste ator social.

Castells (2012) destaca que a possibilidade de transição da individuação para a autonomia é operada pelas redes, que permitem aos atores individuais se construírem junto com indivíduos que compartilham os mesmos gostos nas redes de suas escolhas. A internet fornece a plataforma de comunicação organizacional para traduzir a cultura de liberdade em uma prática de autonomia porque a internet historicamente corporifica o molde de cientistas e *hackers* como uma rede descentralizada de computadores capaz de resistir ao controle de qualquer centro de comando.

No entanto, a mais profunda transformação social da internet veio na primeira década do século XXI, com a mudança de interações individuais e corporativas na internet, como o uso do *e-mail*, por exemplo, para uma construção autônoma de redes sociais, controladas e dirigidas por seus usuários. Isso se tornou possível graças a melhorias em banda larga, em softwares sociais e o surgimento de uma ampla gama de sistemas de distribuição a alimentar as redes da internet. Além disso, a comunicação *wireless* conectou dispositivos, dados, indivíduos, organizações e tudo o mais, emergindo como repositório de redes sociais muito difundidas, como se fosse uma janela de comunicação colocada sobre tudo e todos.

Castells (2012) destaca que a maior parte das atividades importantes da internet nos dias de hoje acontecem nos *sites* de redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*, entre tantos outros. Estes *sites* se tornaram plataformas para todos os tipos de atividades, não só para amizades pessoais ou conversas, mas também para marketing, *e-commerce*, educação, criatividade cultural, distribuição de mídia e entretenimento, aplicações de saúde e, também, ativismo político-social. Os *sites* de redes sociais são espaços de vida, que conectam todas as dimensões da vida dos indivíduos. Trata-se de uma tendência significativa para a sociedade em geral. Os *sites* de redes sociais transformaram a cultura ao induzir uma cultura do compartilhamento, sendo que seus usuários transcendem tempo e espaço, produzindo conteúdo, estabelecendo ligações e conectando práticas.

O segredo do seu sucesso não é o anonimato, mas a auto-apresentação de um indivíduo real conectado com outros indivíduos reais. Os indivíduos constroem redes para estarem com outros indivíduos com quem eles querem estar, incluindo aí aqueles que já conhecem ou aqueles que elas gostariam de conhecer. Castells (2012) trata, assim, da constituição de uma sociedade em rede auto-construída baseada em conectividade perpétua. Não é uma sociedade puramente virtual, pois existe uma estreita ligação entre as redes virtuais e as demais redes da vida em geral. O mundo real passa a ser um mundo híbrido, e não um mundo virtual ou segregado, que pode separar interações *online* e *offline*. É nesse mundo que os movimentos sociais em rede surgem, mais especificamente em processos de transição pelos quais muitos indivíduos passam do compartilhar sua sociabilidade para compartilhar sua indignação, esperança e luta.

A cultura da liberdade no nível da sociedade e a cultura da individuação e autonomia no nível dos atores sociais induziram, ao mesmo tempo, as redes da internet e os movimentos

sociais em rede. O autor enxerga um efeito sinergético entre estes dois desenvolvimentos. Para ele, com base em pesquisa empírica, existe um ciclo virtuoso entre tecnologias da liberdade e a luta para libertar as mentes dos enquadramentos da dominação.

Os movimentos sociais em rede, como todos os movimentos sociais da história, carregam as marcas de sua sociedade e de seu tempo. Eles são formados em grande parte por indivíduos que convivem facilmente com tecnologias digitais em um mundo híbrido de virtualidade real. Seus valores, objetivos e estilo organizacional remetem diretamente a cultura da autonomia, que caracteriza as gerações mais jovens de um novo século. Estes movimentos não podem existir sem a internet, mas seus significados são muito mais profundos, tendo em vista que eles são assumem o papel de agentes de mudança nas sociedades contemporâneas, em contraste com instituições políticas obsoletas, herdadas de uma estrutura social a ser historicamente substituída.

* * *

Neste capítulo, mostrei a importância da internet nas mobilizações políticas contemporâneas. A partir de três diferentes movimentos, certos papéis comuns podem ser atribuídos à internet: disseminação de informação, constituição de redes de solidariedade, comunicação, articulação de ativistas, contra-informação, retroalimentação com ocupação dos espaços públicos. Em geral, nestes movimentos a internet aparece entremeada com ações de protestos que se desenrolam nas ruas, caracterizando cada vez mais um processo de imbricamento sociotécnico.

Vale destacar, resumidamente, as diferentes configurações da ação coletiva com a internet em cada um dos movimentos analisados. Antes disso, chamo atenção para os pontos em comum, que remetem ao conceito de rede de guerra, ou seja, uma luta de baixa intensidade com uso intenso das TICs em forma de rede, caracterizada por uma organização policêntrica, com flexibilidade, fluidez e autonomia, bem como a utilização de táticas como o *swarming*, capazes de desafiar alguns limites e separações, tais como entre o Estado e a sociedade, o nacional e o internacional, o público e o privado, o legal e o ilegal.

Passando às configurações da ação coletiva com a internet nos três diferentes movimentos analisados neste capítulo, chamo atenção para a pluralidade e plasticidade da internet em cada um dos casos específicos. No zapatismo, a internet aparece fundamentalmente como uma ferramenta comunicacional, que serviu para repercutir internacionalmente os comunicados do EZLN e a formação de uma rede de solidariedade, que pressionava o governo mexicano. Numa perspectiva histórica, esta rede serviu de base para a configuração do movimento por uma globalização alternativa, no qual a internet foi mais que uma ferramenta comunicacional (nos *sites* de organizações em rede), podendo ser vista também como um recurso organizacional que compunha as articulações (por *e-mail* e listas de discussão) entre os participantes, ainda no âmbito organizacional e bem concentrados na Europa e EUA. Cabe destacar aqui, inclusive, a formação do Fórum Social Mundial como fruto dessas articulações, que não foi objeto de análise. Por fim, no terceiro grupo de movimentos analisados, ou seja, os protestos que eclodiram na Primavera Árabe, entre os *Indignados* espanhóis e no *Occupy Wall Street*, no ano de 2011, mas também no Brasil, em 2013, a internet mostrou a força dos desenvolvimentos de *design* e autonomia na configuração das ações, entre os quais os *sites* de redes sociais, tais como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*. Estes *sites* serviram para a convocação de atos de protesto e articulações entre diferentes grupos e indivíduos em rede em cada um dos contextos específicos. Estes movimentos podem ser vistos como social e tecnicamente imbricados, sendo difícil de manter uma divisão entre

online e *offline*, já ultrapassada, bem como indo além da coordenação por organizações, atingindo uma esfera mais individualizada no que diz respeito à participação e engajamento.

No entanto, existem ações que são levadas a cabo primordialmente com a internet, ainda que apresente poucos momentos presenciais. Em um mundo em que as tecnologias da internet estão cada vez mais imbricadas na sociedade, estas ações compreendem formas específicas de mobilização, engajamento e participação que se tornam possíveis por organizações que atuam como mediadores sociotécnicos que se constituem com a internet e parecem influenciar os repertórios e lógicas de ação que se desenrolam na esfera pública. Estes aspectos serão abordados nos capítulos seguintes, sendo que, no próximo capítulo, caracterizo a organização que serviu de base para as análises que empreendi nesta tese, a Avaaz.

CAPÍTULO II

AS CAMPANHAS DA AVAAZ: MODUS OPERANDI COMO ATOR-REDE

Neste capítulo, o principal objetivo é analisar as campanhas fabricadas pela *Avaaz*, caracterizando esta organização como um ator-rede na medida em que atua como um mediador sociotécnico. Esta organização compõe, com as tecnologias da internet, instrumentos de mobilização de indivíduos cadastrados ao redor do mundo, com destaque para os alertas de *e-mail* e o *site*, que servem de base material para oportunidades de participação e engajamento dos que recebem os *e-mails* que comunicam suas campanhas. Como mediador sociotécnico, a *Avaaz* organiza um conjunto de tecnologias, atores e agências que viabiliza um tipo específico de ação política, sendo que os diferentes arranjos a cada campanha não servem apenas para mediar a comunicação entre atores previamente existentes, mas criam os atores e redistribuem as agências.

As campanhas criadas por redes transnacionais de mobilização política, como parece ser o caso da *Avaaz*, não são uma novidade no espectro político. No entanto, esta organização tem uma especificidade relacionada com o papel desempenhado pela internet em suas campanhas. Considerando a estruturação de redes transnacionais de defesa de direitos, por exemplo, as campanhas em uma escala transnacional não são novas, tendo em vista, por exemplo, as campanhas pela abolição da escravidão no século XIX. O número e tamanho destas redes, bem como fatores como o profissionalismo, velocidade, densidade e complexidade nos vínculos entre elas aumentaram a partir da década de 1970 (KECK *et al*, 1998).

Estas redes são organizadas para promover causas, bem como princípios e normas, envolvendo indivíduos e grupos que defendem mudanças políticas. Trata-se de espaços públicos em que atores situados em posições diferenciadas negociam, formal ou informalmente, os significados políticos, sociais e culturais de suas iniciativas conjuntas. A atuação destas redes se dá por meio de campanhas, que buscam construir um quadro de significação comum e, assim, conectar grupos, procurar recursos, propor e preparar atividades, e conduzir relações públicas.

Em sua análise sobre as redes transnacionais de defesa de direitos, Keck *et al* (1998) entendem as campanhas como conjuntos de atividades estrategicamente ligadas, nas quais os membros de uma rede de princípios difusos desenvolvem laços explícitos e visíveis, bem como regras mutuamente reconhecíveis na busca de um objetivo comum. Em uma campanha, um núcleo de atores da rede mobiliza outros e iniciam tarefas de integração estrutural e negociação cultural entre os grupos na rede. Com isso, as campanhas conectam grupos, procuram recursos, propõem e preparam atividades e conduzem relações públicas. Elas também tentam conscientemente desenvolver um quadro comum de significado, uma tarefa complicada mediante a diversidade cultural inerente a redes transnacionais.

As autoras assinalam que a análise de campanhas possibilita entender as relações transnacionais como uma arena de conflitos. O foco nas campanhas evidencia as formas pelas quais as conexões são estabilizadas e mantidas entre os atores da rede e entre ativistas e seus aliados e oponentes, ou seja, como se estabelecem as relações na rede. A análise das campanhas pode identificar os tipos de recursos que possibilitam a sua realização, tais como informações, lideranças e capital simbólico ou material. Da mesma forma, esta perspectiva

analítica considera os tipos de estruturas institucionais, tanto nacionais, quanto internacionais, que encorajam ou impedem tipos particulares de ativismo transnacional.

Keck *et al* (1998) trazem elementos que contribuem para entender o contexto das ações da *Avaaz* em uma escala transnacional, em especial porque esta organização se baseia em campanhas. No entanto, trata-se de uma concepção derivada da Análise de Redes Sociais – ARS, metodologia que procura dar conta de atores pré-existentes, sejam eles indivíduos ou organizações, que se articulam em uma rede ocupando posições diferenciadas, constituindo uma perspectiva analítica bem diferente da teoria do ator-rede (LATOUR, 2005), com a qual procuro analisar a *Avaaz*.

Neste capítulo, volto-me para entender o *modus operandi* da *Avaaz* como organização, enfatizando os alertas de *e-mail* que tornam possível que ela comunique campanhas multitemáticas a fim de mobilizar os indivíduos cadastrados na sua base de dados ao redor do mundo, oferecendo-os diferentes oportunidades de participação que são apresentadas pela *Avaaz* a cada campanha. Além disso, chamo atenção para um trabalho complementar aos alertas de *e-mail*, que é realizado pelo *site* da *Avaaz* no sentido de se constituir como um centro de cálculo para o engajamento dos indivíduos mobilizados, bem como para uma caracterização das temáticas e dos alvos das campanhas. Isso faz com que a *Avaaz* possa ser caracterizada como um ator-rede (LATOUR, 2005) na medida em que atua como um mediador sociotécnico, em especial quando se considera o papel determinante desempenhado pelas tecnologias da internet em todos os processos inerentes à organização, como veremos ao longo do capítulo. Além disso, a análise pretende dar conta do trabalho de fabricação destas campanhas pelos profissionais que compõem esta organização; ressalta as características que marcam estas mensagens que comunicam campanhas; destaca campanhas desenvolvidas no Brasil; e procura dar uma visão panorâmica do “mundo que a maioria das pessoas querem” mediante a apresentação de algumas campanhas da *Avaaz*, valores subjacentes e o modo como esta organização constrói narrativas que configuram problemas públicos.

Para tal, como já apontado na Introdução, além de empreender uma análise nas tramas do *site* da *Avaaz*, combinando uma perspectiva etnográfica com elementos do paradigma indiciário (GINZBURG, 1989), a fim de perceber indícios e sinais que revelassem o modo de operar desta organização, como membro da *Avaaz* recebi alertas de *e-mail* que comecei a organizar, empreendendo uma análise com o *software N-VIVO 7*. Com isso, procuro realçar o modo como a *Avaaz* ordena tecnologias, atores e agências com as campanhas que fabrica, podendo ser vista como um ator-rede capaz de configurar uma espécie de contra-poder em uma esfera pública interconectada. Para tal, começo por destacar os padrões de atuação da *MoveOn*, organização que serviu de modelo para a formação da *Avaaz*.

2.1. O “Efeito *MoveOn*” e Transformações nas Organizações de *Advocacy* nos EUA

Ao estudar os efeitos da internet nas organizações de *advocacy* norte-americanas, Karpf (2012) inicia seu trabalho ressaltando as pesquisas que exploram as relações entre a internet e a política, destacando duas hipóteses que competem entre si: de um lado, o ambiente configurado pela emergência das novas mídias teria motivado o surgimento de “ações organizativas sem organizações”, tendo em vista que as organizações não são mais necessárias para começar uma petição, criar conteúdo de mídia ou encontrar indivíduos que pensam parecido em uma escala nacional; de outro, muitos traços da política norte-americana como, por exemplo, a ausência de conhecimento político da mídia dos americanos ou o interesse pela natureza política das instituições políticas estabelecidas, que permanecem inalterados pelo ambiente das novas mídias.

O autor traz uma terceira hipótese: as mudanças nas tecnologias da informação e comunicação têm transformado uma camada organizacional da política norte-americana. Uma nova geração de grupos políticos de *advocacy* tem redefinido a adesão e empreendido novas práticas de arrecadação de fundos. Esses grupos passam a trabalhar com novas táticas e rotinas de trabalho. O real impacto do novo ambiente de mídia não vem de “ações organizativas sem organização”, mas através de ações mediadas por diferentes organizações.

Karpf (2012) volta-se para entender organizações mediadas pela internet, observando que muito pouco se sabe ainda sobre as formas de operação delas, apesar de desempenharem um papel importante na política norte-americana há mais de uma década. O autor chama atenção para quatro características da relação entre internet e *advocacy* política no contexto norte-americano. Em primeiro lugar, as ações organizativas ativadas pela internet movimentam-se com muita rapidez. Em seguida, destaca que, nessas redes, a adesão não guarda uma relação com o pagamento de contribuições financeiras, que se estruturam a partir de apelos direcionados de tempos em tempos. Em terceiro lugar, estas organizações dão conta de abordar diferentes temáticas, tornando-se “generalistas de questões”, com suas estruturas de *staff* e táticas construídas em torno da internet. Por fim, as organizações políticas mediadas pela internet se mostram muito limitadas a postagens de blogs e petições eletrônicas.

O autor analisa um aspecto frequentemente negligenciado nos estudos sobre comunicação política, ou seja, a camada de organizações responsáveis por facilitar a interação entre elites governamentais e o público em geral. Esta faceta organizacional da política não envolve um número expressivo de indivíduos quando se considera a população norte-americana. Mas existem boas razões para acreditar que as mudanças que nela ocorrem trazem implicações para a política mais ampla, em especial quando se analisa o papel desempenhado por organizações políticas e coalizões partidárias informais nas decisões de políticas públicas.

Karpf (2012) mostra como a mudança nas organizações impactou tanto as instituições quanto o comportamento político dos indivíduos, enfatizando cinco aspectos: os baixos custos de transação *online*, facilitando as associações políticas em rede; o fato de que nem todas as táticas digitais são criadas da mesma forma; os sinais de que o ambiente *online* pode suportar apenas um número limitado de grupos em rede atuando em larga escala; a polarização através da participação; bem como o que esses grupos não podem fazer.

Neste contexto, o autor destaca a *MoveOn* surgiu em 1998 durante o escândalo que cercou o envolvimento de Bill Clinton com Mônica Lewinsky²⁴, indo de encontro ao pedido de impeachment dos republicanos ao pedir para que o Congresso somente censurasse o presidente por meio de uma petição que atraiu 100 mil assinaturas. Apesar de não ter conseguido atingir seu objetivo, pois o Congresso votou o impeachment, o casal fundador fez uso da lista de *e-mails* que construíram nesta campanha, convidando os indivíduos a se engajarem em táticas de *lobby* e outras formas de pressão a favor dos democratas. Foi depois do atentado de 11 de setembro de 2001, que levou os EUA às guerras do Afeganistão e do Iraque, que a *MoveOn* emergiu como uma voz de liderança para identificar os democratas na América. De certa forma, o recrutamento de Eli Pariser²⁵, fundador da *9-11peace.org*²⁶, e a

²⁴ O “escândalo Lewinsky” veio a tona em 1998 e se deu quando Mônica Lewinsky, então estagiária da Casa Branca, assumiu ter mantido relações sexuais com o presidente Bill Clinton na sede oficial do governo norte-americano.

²⁵ Além de ter sido fundador da *9-11peace.org*, foi presidente da *MoveOn* e um dos co-fundadores da *Avaaz*. Atualmente é Executivo-Chefe da *Upworthy*.

²⁶ Trata-se de uma organização que tinha como foco a paz, sendo contrária à invasão do Iraque e do Afeganistão depois dos atentados de 11/09/2001. Atuava através da mobilização por envio de *e-mails* e se fundiu com a *MoveOn*.

consequente integração de duas grandes listas de *e-mail* em 2002 fizeram com que a organização aparecesse com destaque nos protestos do movimento anti-guerra, em especial contra a guerra do Iraque em 2003.

Karpf (2012) assinala que se em 1999 a agenda política norte-americana era fragmentada e opaca em função dos democratas estarem na presidência dos EUA, em 2003, a agenda progressista passava pelo “pare a guerra”, posicionando-se contra o governo republicano. Nos seis anos subsequentes, a *MoveOn* dominou esse estilo de resposta oposicionista de engajamento político: enquanto Bush definia a agenda política nacional, a *MoveOn* reagia a essa agenda política com chamadas para ação.

Os apelos por *e-mail* rapidamente foram além da petição, com base na qual a organização foi fundada. Em 2004, a *MoveOn* organizou eleições primárias que possibilitavam o voto *online* nos candidatos democratas. No mesmo ano, inaugurou uma competição de vídeos chamada “Bush em 30 segundos”, estimulando os membros a votarem nos melhores, bem como convidando-os a efetuarem doações para colocar um comercial no ar durante o *Super Bowl*²⁷. Através de exaustivas mensagens de teste e do desenvolvimento de algumas ferramentas inovadoras de campanhas, a *MoveOn* adquiriu a capacidade de gerar milhões de dólares a partir de pequenas contribuições financeiras, lançando táticas oposicionistas *online* e *offline* contra os esforços da última administração Bush e continuamente construindo sua lista de ocasionais e frequentes participantes políticos democratas. Nas eleições de 2008, a lista da *MoveOn* superou os 5 milhões de membros, que doaram mais de US\$ 88 milhões para a campanha de Barack Obama através da organização, sendo que cerca de 930 mil atuaram como voluntários, dedicando mais de 20 milhões de horas para sua campanha. Muitas dessas ações ocorreram através de uma organização do *online* para o *offline*, com a ajuda dos conselhos locais.

O “efeito *MoveOn*” diz respeito às mudanças na forma de pertencimento e nos regimes de arrecadação de fundos das organizações. As experimentações bem-sucedidas da *MoveOn* com novas estruturas organizacionais, práticas comunicativas e estratégias de campanhas sinalizaram às associações políticas que a internet é útil para algo além de armazenar petições e trazer informações de uma forma mais acessível. As novas práticas organizativas implantadas pela *MoveOn* podem ser consideradas disruptivas, sendo de grande valia para novas organizações mais do que para grupos existentes com reputação e influência.

Karpf (2012) explora as inovações estruturais e as táticas que possibilitaram a ascensão da *MoveOn* na cena política norte-americana. Estes grupos atuam em múltiplos espaços de temas, funcionam com custos reduzidos, mobilizam suas comunidades de interesse em torno de questões de interesse público nas manchetes políticas e utilizam análises de dados através e testes para obter um retorno passivo e democrático dos seus membros *online*. As táticas e práticas organizacionais da *MoveOn* tem sido replicadas por uma variedade de organizações especializadas mediadas pela internet. Karpf (2012) entende que este modelo pode ser analisado em quatro aspectos: estrutura organizacional; membros ou pertencimento; práticas de engajamento; e captação de recursos.

São três as características da estrutura organizacional da *MoveOn* que representam pontos de diferença significativos quando comparados às organizações tradicionais. A primeira é o pequeno tamanho de sua equipe de *staff*, que varia entre 20 e 35 indivíduos, um grupo reduzido, em se tratando de uma das mais proeminentes organizações políticas da América, valendo observar que este *staff* pode ser ampliado em algumas centenas de contratados temporários em períodos eleitorais.

²⁷ Trata-se da final do campeonato de futebol americano, que tem os comerciais mais caros.

A segunda é a ausência de uma infraestrutura física, pois não existe um escritório central, o que pode ser visto como uma descentralização radical. O *staff* se comunica pelo *Google Talk*, *e-mail*, telefones celulares e conferências eletrônicas, trabalhando fisicamente em escritórios em casa ou cafés, configurando uma política específica de comunicação intra-organizacional e baixando os custos necessários à sustentação da organização.

Por fim, outra característica é o conjunto de práticas organizacionais híbridas e em rede que o tamanho do *staff* e a descentralização radical possibilitam. Enquanto as organizações usam a internet para aumentar a eficiência de sua comunicação intra-organizacional, a *MoveOn* e outras organizações assumem uma postura radicalmente diferente, possível pelas técnicas da comunicação viabilizadas pela internet. Vindo de uma cultura da indústria do *software*, a organização procura manter-se pequena para ser ágil. Essa agilidade afeta o pertencimento, o engajamento e as práticas de arrecadação de fundos como um todo.

A adesão é a característica mais singular e diferenciada deste modelo de agrupamento. Muitas das associações pioneiras no gerenciamento de malas diretas, que enviam cartas aos seus associados, redefiniram a adesão organizacional do “participante” para o “pequeno doador”. Já a *MoveOn* redefiniu adesão do “pequeno doador” para um “destinatário de mensagens”. A organização escolheu dissociar a relação entre membro e doação, contando todos os destinatários de *e-mail* como membros. Como resultado, muitos membros da organização não tem consciência de que eles merecem tal classificação. No entanto, Karpf (2012) chama atenção para uma questão importante: se o indivíduo não tiver doado dinheiro e tiver agido politicamente com essa organização, por exemplo, apenas participando de uma engraçada eleição de um vídeo, o termo correto para seu envolvimento com este grupo seria “membro”?

Para os propósitos da *MoveOn*, ao contrário da maioria das associações políticas de *advocacy*, a largura da sua adesão é justificável pela dramática redução dos custos de transação *online*. Quando as organizações se comunicam com seus membros através de cartas, uma lista grande e desorganizada consome muitos recursos. No entanto, por *e-mail*, o custo marginal de comunicação com um membro a mais é próximo de zero, incentivando a formação de listas de endereços eletrônicos.

Outro ponto importante é que os custos marginais infinitesimais abrem possibilidades para uma cultura da análise ou cultura do teste, encontrada na *MoveOn* e em outras organizações baseadas na internet. No seu cotidiano, a *MoveOn* está apta a se engajar em diferentes formas de testes das mensagens, monitorando ativamente diferentes taxas: de abertura (quantos destinatários abrem o *e-mail*); de cliques (quantos clicam nos *links*); de ação (quantos assinam a petição, repassam a mensagem, doam); e de remoções (quantos destinatários pedem para ser removidos da lista).

Estes testes são enviados para subconjuntos da lista da *MoveOn*, frequentemente com variações de enquadramentos de questões e perguntas políticas, em uma metodologia que se aproxima de um experimento de campo randomizado, muito utilizado na área de *marketing*. Somente aquelas mensagens que recebem grande aceitação nas taxas de abertura e cliques, acima de 85%, são distribuídas para toda a lista para ação. Estas práticas, conhecidas como “testes A/B”, tiveram sua origem na captação de recursos por cartas e tomam uma forma diferente no novo meio.

Enquanto testar por carta pode levar semanas até os resultados chegarem, acarretando um custo financeiro grande, testar por *e-mail* fornece resultados em algumas horas e sem grandes gastos. Os baixos custos de armazenamento e recuperação da informação permitem que a *MoveOn* analise sua lista de diferentes maneiras, identificando a intensidade das

atividade dos membros, e mapeando grupos de membros que demonstram maior interesse por questões específicas. Se um membro com baixo envolvimento agir uma vez por ano, a organização contabiliza um valor adicional de adesão. E se alguns membros nunca mais tomam uma ação, os custos da organização com isso tendem a zero.

As mudanças nos regimes de adesão e pertencimento favorecem as organizações mediadas pela internet, que costumam atuar de forma generalista. Cabe destacar que, a cada dois anos, a *MoveOn* seleciona campanhas prioritárias sobre temas por meio de uma consulta aos membros. Cabe destacar também o lançamento do site *SignOn.org*, que permite que qualquer membro crie sua petição, sendo que estas não são necessariamente endossadas pela organização.

Karpf (2012) chama atenção para quatro aspectos do engajamento dos membros da *MoveOn*, começando pelo conjunto de atividades para as quais esta organização convida seus membros a participar, com práticas que vão além da simples petição eletrônica, compreendendo também atualização de informações, pedidos de doações, alertas de mobilizações nas ruas, anúncios de eventos e chamadas para ações dos membros. Neste caso, o repertório inclui formas mais participativas de engajamento, como o “Bush em 30 segundos”, no qual os membros produziam e enviavam vídeos que poderiam ser selecionados para serem anunciados na televisão.

Um segundo aspecto é o que o autor chama de “processo de engajamento democrático passivo”, motivado pelos testes A/B, que faz com que uma amostra dos membros participe de um teste, sem saber que é um teste (por isso o termo “passivo”), ainda que acabe influenciando a deflagração ou não da campanha em pauta, dependendo do resultado do teste. Isso representou um avanço, na medida em que a *MoveOn* parece saber mais sobre seus membros do que as organizações de massa que a antecederam. Estes testes não servem apenas para otimizar a eficiência das ações, mas também para manter a organização em sintonia com os interesses dos membros.

Um terceiro aspecto remete a uma espécie de radar que aproveita várias oportunidades para entradas democráticas ativas, embora determinados pelo *staff* central, com destaque para envio de um *survey* semanal para uma amostra dos membros e um processo de votação bianual de campanhas prioritárias. Por fim, um último aspecto trata da existência de conselhos, configurando um sistema de conselhos, num total de 200, com um mínimo de quatro membros por localidade, remetendo à organização de voluntários espalhados pelos EUA.

Existem três características distintivas nos apelos de captação de recursos da *MoveOn*: o meio, já que ocorre por *e-mail*, o que diminui os custos de transação, tendo como limitação apenas a capacidade dos servidores; o tamanho da audiência, que permite que a organização abranja questões gerais; e os destaques de questões, pois a organização é capaz de orientar seus apelos por recursos por assuntos que estão dominando o ciclo midiático.

O “efeito *MoveOn*” pode ser entendido da seguinte forma: enquanto a captação de recursos por carta usa apelos gerais para solicitar pequenas doações, a *MoveOn* usa *e-mails* direcionados com apelos oportunos relacionados a propósitos específicos, como pedir pequenas doações para colocar um comercial de televisão no ar. O crescimento da *MoveOn* pode ser caracterizado por políticas e práticas inovadoras, incluindo um alinhamento com as manchetes políticas, um *staff* variado, descentralização radical e engajamento democrático passivo. Além de enviar uma série de petições eletrônicas, a organização procura engajar seus membros em uma variedade de atividades participativas, tanto *online* quanto *offline*. Karpf (2012) procura mostrar que o aparecimento de organizações pós-burocráticas oferece a promessa de novas ferramentas de engajamento e o tratamento de mudanças radicais nas

fontes de renda estáveis. Feito essa apresentação da *MoveOn*, a seguir, passo a entender o funcionamento de uma organização que surgiu a partir dela, a *Avaaz*.

2.2. A *Avaaz* como um Ator-rede

A *Avaaz* pode ser vista como uma organização que surgiu recentemente como fruto daquilo que Castells (2003) assinala como uma difusão global, progressiva e desigual da internet, mais especificamente dos diferentes usos desta pelo campo político. Esta organização se define como uma “comunidade de mobilização *online* que leva a voz da sociedade civil para a política global”²⁸.

Desde o início de 2007, a *Avaaz* fabrica campanhas sobre um leque amplo de temáticas, compreendendo meio ambiente e biodiversidade; direitos humanos; democracia; ações contra a corrupção; as corporações; as guerras; a pobreza e a desigualdade. É sobretudo através dessas campanhas que a *Avaaz* consegue projetar sua atuação em diferentes escalas, configurando redes sociotécnicas que articulam ferramentas da internet, os ativistas que trabalham para a organização e um conjunto heterogêneo de membros, ou seja, de indivíduos de diferentes países mobilizados com a internet. Esta forma de organização, tendo a composição de campanhas como elemento central, permite à *Avaaz* exercitar múltiplas formas de conexão e associação entre esses diferentes elementos em seu dia a dia.

A cada campanha fabricada por esta organização e outras semelhantes, as tecnologias da internet — no caso em tela os alertas de *e-mail* e o *site* da *Avaaz*, bem como plataformas como *Facebook* e *Twitter* — possibilitam o acréscimo contínuo de novas conexões e associações possíveis entre indivíduos, grupos e objetos materiais. Ao ser vista como um ator-rede (LATOUR, 2005), que age como um mediador sociotécnico, a *Avaaz* parece configurar um tipo de ação coletiva coordenada que é específica das sociedades contemporâneas, em especial por ser fortemente associada à internet. A Figura 1 traz um quadro geral sobre a *Avaaz* como um ator-rede, que servirá de base para a análise empreendida neste capítulo.

A *Avaaz* pode ser vista como um ator-rede ao mobilizar sua rede de membros com suas campanhas multitemáticas, formando coletivos heterogêneos a cada oportunidade de participação²⁹ voltada para o engajamento de membros, considerando que as tecnologias da internet atuam como mediadores das ações que são tomadas pela organização, seus profissionais e membros, que passam a constituir um conjunto que pode ser apreendido como um mediador sociotécnico.

Diferentes atores, tais como os profissionais que articulam as campanha e os membros, emergem a partir destas associações entre humanos e não humanos. A *Avaaz* distribui e organiza essas diferentes agências de um modo determinado, incidindo em certos fluxos, canalizando atenção para certos temas, propondo certo tipo de estratégia e de guerra em rede.

Latour (2005) coloca em questão os limites do mundo social ao entender que este social se faz quando começam a desfiar os laços nos quais alguém, ou algo, está enredado. Para ele, o mundo social pode ser detectado através de movimentos entre associações de humanos e não humanos, procurando seguir uma associação até a seguinte, e daí por diante. Trata-se de retomar a montagem do mundo social a partir dos participantes não humanos, como é o caso das tecnologias da internet, que geralmente são alijados ou, quando muito, compõem um cenário das análises sociológicas.

²⁸ <http://www.avaaz.org/po/about.php> (acesso em 20/07/2011, 15:07).

²⁹ Nesta tese, utilizo o termo *oportunidade de participação* como uma categoria descritiva que se refere às possibilidades que a *Avaaz* disponibiliza em suas campanhas, tais como petições eletrônicas, envio de mensagens, pedidos de doação, realização de telefonemas e criação de petições.

Assim, a teoria do ator-rede tenta tornar a sociologia sensível frente à dificuldade apresentada pelos coletivos em relação às montagens com muitos elementos, entre humanos e não humanos. O sentimento de crise nas sociedades contemporâneas pode ser explicado, então, da seguinte forma: uma vez alargado o leque de entidades, as novas associações não formariam novas montagens vivas. Nesta brecha que se abre, a política pode ser redefinida como uma intuição, o que remete à insuficiência das associações como relações entre humanos, que são compostas para conceber um mundo comum. A sociologia não pode se contentar apenas com descrições das associações entre humanos, nem somente apreciar a multiplicidade de novas conexões, mas seguir e descrever estas conexões.

Dentre os desafios da teoria do ator-rede, um é lidar com os mesmos tipos e quantidades de atores, entidades, seres e modos de existência nos mesmos tipos de coletivos que os clássicos da sociologia lidaram, mas considerando o desenvolvimento científico e tecnológico no século XX, que multiplicou os participantes do mundo comum, mixando humanos e objetos materiais. Neste sentido, as tecnologias da internet podem ser vistas como objetos, elementos heterogêneos, não humanos, que podem se tornar atores visíveis que agem na unificação de coletividades em um mundo comum, como pode ser visto nas campanhas da *Avaaz*.

Essa perspectiva remete a um entrelaçamento entre humanos e não humanos, permitindo falar de um processo de imbricamento socioténico. Neste contexto, uma organização como a *Avaaz* não pode ser analisada sem considerar os papéis exercidos pelas tecnologias da internet nas suas campanhas, tendo em vista que estas tecnologias estão na base dos próprios processos que constituem a *Avaaz* como uma organização.

A questão-chave para a análise sociológica na perspectiva da teoria do ator-rede passa por uma decisão entre deduzir causas e efeitos que estavam dados como potenciais *a priori* ou substituir muitas causas possíveis por uma série de atores-rede. Para a teoria do ator-rede, nenhum laço ou grupo é socialmente durável: o mundo social se faz por meio de interações locais, mantendo um aspecto provisório, instável e caótico. Latour (2005) abre um caminho para mobilizar elementos heterogêneos — objetos materiais, não humanos — sem abrir mão de invocar o poder da explicação sociológica. O autor assinala que a ação não se dá sob o controle total da consciência e, assim, pode ser sentida como um nó ou um conglomerado de conjuntos de agências surpreendentes que devem ser lentamente desembaraçadas. Se o objetivo é entender as relações e processos que possibilitam que vários indivíduos façam a mesma coisa ao mesmo tempo, a ação passa a ser vista como uma surpresa, uma mediação ou um evento.

As tecnologias da internet atuam em todos os processos deflagrados pela *Avaaz*, desde a fabricação das campanhas até o engajamento e participação dos membros. Na perspectiva da teoria do ator-rede, um ator não é uma fonte de ação, mas um alvo móvel num vasto conjunto de entidades que atravessam a ação. Para reter sua multiplicidade, Latour (2005) procura reativar as metáforas implicadas na palavra ator, ressaltando que nunca se tem clareza de quem e o que está agindo quando nós agimos, tal como um ator no palco nunca está sozinho em sua ação³⁰.

O autor defende que as análises sobre a determinação da ação devem partir das incertezas e controvérsias sobre quem e o que está agindo quando "nós" agimos, incluindo aí o sociólogo ou pesquisador, sendo que não há como saber se as fontes de incerteza residem no analista ou no ator. Se um ator é um ator-rede, ele representa a maior fonte de incerteza sobre

³⁰ Latour (2005) recorre a Irwin Goffman, que mostrou que se encerram as certezas quando o jogo começa e surgem as seguintes questões: isso é verdade? É falso? A reação da audiência conta? E a iluminação? O que a equipe está fazendo nos bastidores? A mensagem do dramaturgo está sendo fielmente representada?

a origem da ação, que é “deslocada, emprestada, distribuída, sugerida, influenciada, dominada, traída, e traduzida” (LATOUR, 2005, p. 46). Considerando que o social ainda não está pronto e acabado, os sociólogos devem perseguir os traços de hesitações dos atores, que se manifestam ao agir.

A maioria das teorias da ação não entende os deslocamentos, pois geralmente “o segundo termo está previsto pelo primeiro: ‘Dê-me a causa e eu lhe darei o efeito’” (LATOUR, 2005, p. 58). Desta maneira, causas e efeitos são tidos como intermediários, ou seja, nada estará presente nos efeitos que não esteja presente nas causas. O autor assinala um equívoco nesta explicação, pois sendo assim, basta se concentrar nas causas e descartar os efeitos. Isso não acontece se os dois termos forem vistos como mediadores, tendo em vista que as causas não permitem deduzir efeitos, como se estivessem simplesmente oferecendo situações, circunstâncias e precedentes. Neste caso, muitos elementos imprevisíveis podem aparecer entre as causas e os resultados: se os termos forem tratados como mediadores que desencadeiam outros mediadores, uma série de situações novas seguirá, tendo em vista que eles fazem coisas que fazem outras coisas além do esperado.

Latour (2005) mostra que a solução dos intermediários desenha mapas do mundo que são compostos por algumas agências, seguidas por trilhas de consequências que não passam de efeitos, expressões ou reflexos de alguma outra coisa. Na solução dos mediadores, os mapas trazem concatenações de mediadores, onde cada ponto está plenamente em ação. Assim, uma questão-chave é decidir se o pesquisador ou analista deve tentar deduzir algumas causas como se estivessem na origem de uma série de efeitos que estavam lá em potencial, ou se tenta substituir as causas se seus possíveis efeitos por uma série de atores-rede. Para a teoria do ator-rede, a questão não é decidir quem está agindo e como, mas passar de uma certeza para uma incerteza em relação à ação, decidindo o que está agindo e como. O autor considera que se a ação é deslocada, ela não pertence a nenhum lugar ou ator específico, torna-se distribuída, variada, múltipla, deslocada e continua a representar algo como um quebra-cabeça, para os analistas e para os atores.

Cabe tentar destrinchar este quebra-cabeça. Vou começar pelos membros da *Avaaz*, que são construídos por esta organização, ou seja, eles não existem *a priori*, mas compõem parte fundamental da rede mobilizada pela organização, conformando o público para o qual este ator-rede político se volta com a fabricação das campanhas. A *Avaaz* considera como membro qualquer indivíduo que em algum momento tenha cadastrado seu *e-mail* na sua base de dados ao participar de algumas das campanhas deflagradas por esta organização. Pela lente da teoria do ator-rede, os membros da *Avaaz* — que já somam mais de 33 milhões de indivíduos³¹ em todo mundo — compõem parte da rede mobilizada pela organização através de suas campanhas, que são mediadas pelas tecnologias da internet, em especial os alertas de *e-mail* e o *site* da *Avaaz*. Nesta tese, utilizo a categoria nativa “membro” para tratar os destinatários de mensagem que são mobilizados pelos *e-mails* desta organização.

A Tabela 1 abaixo mostra o crescimento contínuo do número de membros da *Avaaz*. Pode-se observar que, em três anos, a organização sextuplicou o número de membros ao redor do mundo, passando de pouco mais de 5 milhões no final de 2010 para mais de 30 milhões no final de 2013.

³¹ O site da *Avaaz* sinalizava “33.560.860 membros ao redor do mundo” (<http://www.avaaz.org/po/index.php>, acesso em 24/02/2014, 16:44).

Tabela 1 – Membros da Avaaz ao redor do mundo

Mês	Membros da Avaaz	Variação
Dezembro de 2010	5,6 milhões	
Junho de 2011	9 milhões	+ 60,7%
Dezembro de 2011	10,5 milhões	+ 16,7%
Junho de 2012	14 milhões	+ 33,3%
Dezembro de 2012	17,3 milhões	+ 23,5%
Junho de 2013	22 milhões	+ 27,2%
Dezembro de 2013	31 milhões	+ 40,9%

Fonte: *Avaaz*, a partir dos alertas de e-mail recebidos nestes meses.

A *Avaaz* afirma ter membros em todos os 194 países do mundo. Na Tabela 2 abaixo, relatei os 20 países em que a *Avaaz* atinge o maior número de membros. Em números absolutos, o Brasil é o país que possui a maior quantidade de membros cadastrados na base de dados da *Avaaz*, seguido pela França, Alemanha, Itália, EUA, Espanha, Reino Unido e Canadá, sendo que estes oito países possuem mais de um milhão de membros cada. Cabe destacar que cerca de 70% dos membros da *Avaaz* ao redor do mundo estão situados nos vinte países relacionados nesta tabela.

Tabela 2 – Número de membros da *Avaaz* por país

País	Número de Membros	Relação membros/habitantes
Brasil	6.027.547	3,03%
França	2.948.650	4,55%
Alemanha	1.766.968	2,16%
Itália	1.606.319	2,64%
EUA	1.559.604	0,5%
Espanha	1.263.618	2,67%
Reino Unido	1.172.232	1,85%
Canadá	1.039.411	2,98%
México	937.483	0,78%
Índia	849.405	0,06%
Egito	490.450	0,61%
Argentina	465.841	1,13%
Colômbia	464.434	0,97%
Austrália	424.176	1,87%
Áustria	310.383	3,67%
Rússia	347.915	0,24%
Grécia	383.485	3,4%
Chile	286.075	1,64%
Suíça	270.917	3,39%
África do Sul	248.022	0,48%

Fonte: <http://www.avaaz.org/po/community.php> (acesso em 06/01/2014, 17:24).

Torna-se importante ressaltar que o potencial de mobilização que a *Avaaz* apresenta por meio do envio dos seus alertas de *e-mail* não é uniforme ao redor do mundo. Além disso, pela tabela acima, fica claro que a *Avaaz* atinge pouco mais que 4% da população da França (4,55%), por exemplo, país que apresenta a melhor relação entre membros e habitantes, e 3,03% da população brasileira, país com o maior número absoluto de membros, o que mostra uma penetração reduzida em cada país do mundo. Isso pode assumir uma complexidade maior se considerarmos que cada país possui variações na população que tem acesso à internet, o que não foi feito aqui. De uma forma geral, considerando o quadro acima, as campanhas da *Avaaz* parecem mobilizar mais na Europa, América Latina e EUA do que na China e em países localizados nos continentes africanos e asiáticos.

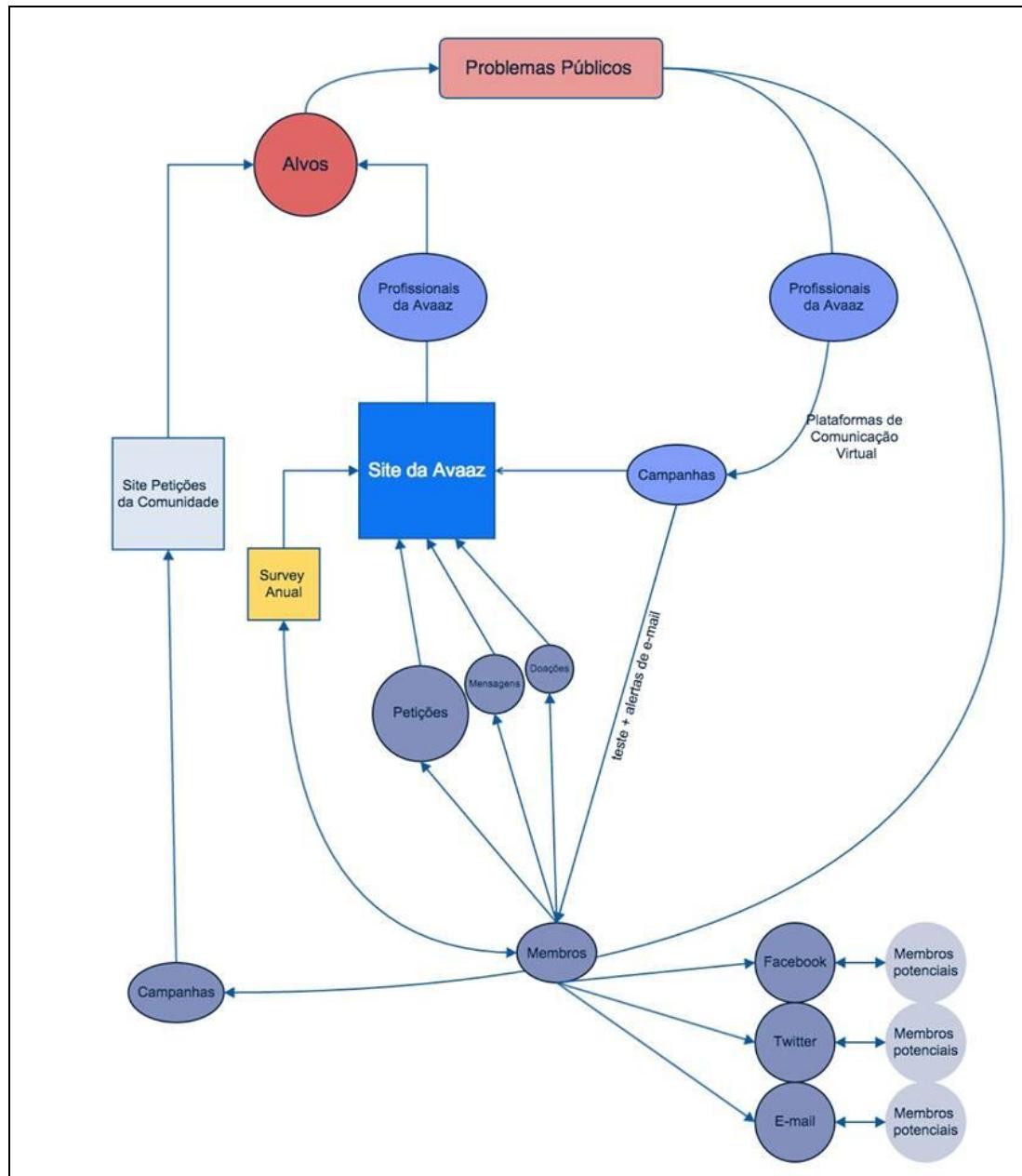
A principal forma de mobilização da *Avaaz* é o envio de alertas pela organização, ou seja, *e-mails* com textos que contextualizam as campanhas em pauta e são enviados frequentemente para a caixa de entrada de mensagens dos seus membros. Esses *e-mails* podem ser enviados para todos os membros da organização ao redor do mundo, no caso de campanhas globais, ou para parte destes membros, no caso de campanhas nacionais ou regionais. Essas mensagens costumam conter alguns *links* que, uma vez clicados, conduzem para uma área do *site* da *Avaaz*, que permite o engajamento dos membros em algum tipo de ação prevista pelas campanhas propostas pela organização.

Como uma regra geral, a *Avaaz* procura enviar pelo menos um — mas não mais do que dois — alertas de *e-mail* por semana para comunicar suas ações aos seus membros em 16 línguas diferentes³², evitando saturá-los. Somente em campanhas com espectro global todas as mensagens são enviadas para todos os *e-mails* cadastrados nestas línguas ao mesmo tempo. Isso quer dizer que nem todas as campanhas são traduzidas e enviadas para todas as línguas.

Ao atuar como um mediador sociotécnico, sobretudo através das campanhas, a *Avaaz* se constitui como um ator-rede que compõe novas configurações da ação coletiva. Estas campanhas abrem possibilidades de agenciamentos e engajamentos em processos de formação de coletivos políticos heterogêneos viabilizados pela internet. Estes grupos são compostos por múltiplas associações e conexões possíveis pelas inter-relações entre tecnologias da internet e ações e práticas de atores sociais, tais como os profissionais que atuam nesta organização, que se comunicam mediante o uso de plataformas de comunicação como *Skype* e *Gtalk*, e aqueles indivíduos espalhados pelo mundo e cadastrados na base de dados da *Avaaz*, que são denominados como membros, que agem no *site* da *Avaaz* a partir do momento em que clica nos *links* no corpo das mensagens enviadas pela organização ou mesmo em algum *site* de rede social. Para dar conta da complexidade inerente aos processos da *Avaaz*, elaborei um esquema que apresento na Figura 1 abaixo.

³² Eis as possibilidades: português, inglês, árabe, alemão, russo, francês, espanhol, coreano, chinês, chinês “tibetano”, japonês, holandês, italiano, hebreu, turco e polonês. Alguns destes códigos linguísticos foram identificados utilizando a ferramenta *Google Tradutor*.

Figura 1 – Avaaz como ator-rede



Com base neste esquema, os imbricamentos sociotécnicos em jogo nas campanhas deste ator-rede podem ser observados sob pelo menos quatro diferentes perspectivas:

(1) no processo de definição das campanhas e de construção da agenda a ser trabalhada em cada campanha, quando as tecnologias da internet mediam as práticas comunicativas entre os profissionais da *Avaaz* em seus diferentes contextos, bem como na interação com os alvos de cada campanha. Com o *site Petições da Comunidade*, esse processo pode acontecer em uma esfera mais individualizada, na medida em que qualquer indivíduo pode criar uma campanha. Também, como parte da construção da agenda, a realização de um *survey* anual entre os membros aparece como um imbricamento sociotécnico importante nos processos da *Avaaz*.

(2) na formação contínua dos grupos: as diferentes listagens de membros são formadas a cada campanha e se alteram no curso de ação, ou seja, mudam a cada instante de uma campanha em curso, a cada novo engajamento ou saída de um membro viabilizado pelas tecnologias da internet em uma oportunidade de participação proposta pela organização. Estes grupos podem ser entendidos como coletivos políticos heterogêneos, abertos e incompletos, cuja conformação é resultado das múltiplas associações e conexões que se tornam possíveis pelas inter-relações que se estabelecem entre as tecnologias da internet e práticas de atores sociais, incluindo aqui os profissionais da *Avaaz*, os chamados membros da organização e suas respectivas redes de contatos.

(3) nas ações dos membros da organização, direcionados pela *Avaaz* através de um campo bastante restrito de oportunidades de participação em cada campanha: assinar petições, realizar doações financeiras, enviar mensagens e realizar telefonemas para alvos pré-estabelecidos. Outra forma de ação mediada pelas tecnologias da internet emerge quando estes membros provocam o engajamento de novos membros, mediante o compartilhamento de *links* de campanhas em seus perfis em redes sociais como *Facebook* e *Twitter*, ou para suas diferentes redes de contato por *e-mail*. O *site Petições da Comunidade* e o *survey* anual também configuram parte das ações destes membros.

(4) nas diferentes tecnologias da internet que participam tanto deste processo de formação contínua dos coletivos, entre as quais os *e-mails*, o *site* da *Avaaz* e *sites* de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*; quanto da estruturação de repertórios de ação definidos pelos ativistas da organização a cada momento e em cada campanha, tais como *Skype*, *Gtalk*, entre outras.

Ao invés de considerar o tipo de figuração do ator coletivo, com a teoria do ator-rede, Latour (2005) sugere se voltar para a gama de mediadores que um ator como a *Avaaz* é capaz de implantar na formação contínua dos grupos, nas ações tomadas neste processo e nos objetos que participam das campanhas. O autor afirma que a continuidade de qualquer curso de ação raramente consiste de conexões entre seres humanos, para as quais as habilidades humanas básicas poderiam ser suficientes, ou de conexões entre objetos, mas muito provavelmente de um entrelaçado complexo de humanos e objetos, constituindo o que estou chamando aqui de um imbricamento sociotécnico.

Na Figura 1 acima, as diferentes setas representam as tecnologias da internet, que podem ser vistas como objetos materiais que agem como mediadores, abrindo possibilidades para conexões e associações no processo incompleto e aberto de formação de coletivos políticos heterogêneos e nas agências que compõem as campanhas da *Avaaz*. É através destas tecnologias que tentarei entender o processo de imbricamento sociotécnico que está em jogo nas campanhas da *Avaaz*.

As tecnologias da internet atuam como mediadores com os humanos nas ações da *Avaaz*. Na fabricação das campanhas, participam ativamente das ações que se desenvolvem, em conjunto com os profissionais da *Avaaz*. Mais que isso, são estas tecnologias que viabilizam as ações de planejamento e organização entre profissionais que estão espalhados pelo mundo. Sem elas não haveria fabricação das campanhas.

Considerando as incertezas da ação, em cada campanha da *Avaaz*, mais ainda, em cada oportunidade de participação não há qualquer previsão de quem irá se engajar nas propostas da organização mediadas pelas tecnologias da internet, ainda que existam testes efetuados antes das campanhas serem lançadas. Ao abrir o *e-mail*, o membro deve clicar em um *link* e inserir dados em uma área específica do *site* para se engajar. Essas ações só se tornam possíveis porque as tecnologias da internet atuam como mediadores da ação possibilitada pela *Avaaz*, que pode ser vista como um ator-rede. Da mesma forma, não há qualquer controle

sobre os possíveis compartilhamentos de *links* em *sites* de redes sociais, também mediados pelas tecnologias da internet. As incertezas estão presentes em cada ação, ou seja, distribuídas neste fluxo de associações que constituem a *Avaaz* como um ator-rede.

Latour (2005) utiliza o termo coletivo para designar o projeto de montagem de novas entidades que ainda não se reuniram e, por isso, aparecem claramente como não sendo compostas de elementos materiais e sociais. A teoria do ator-rede afirma que a continuidade de qualquer curso de ação raramente depende de conexões entre seres humanos, para os quais as habilidades humanas básicas poderiam ser suficientes, ou de conexões entre objetos, mas muito provavelmente de um entrelaçado complexo envolvendo humanos e objetos.

Pela sua forma de operar com as tecnologias da internet, a *Avaaz* atua como um ator-rede na medida em que forma coletivos heterogêneos que entrelaçam humanos e não humanos, constituindo uma cadeia de associações que atravessa todos os processos inerentes a esta organização. Fazer parte deste ator-rede remete a uma forma multissituada de se posicionar sobre uma multiplicidade de questões e temas, gerando amplificações, ordenamentos, condicionamentos e reduções de complexidade. A internet não remete apenas a uma mudança no meio através do qual circulam as informações, mas possibilita a conformação de novos coletivos e repertórios de ação, comprimindo o tempo-espacó e, muitas vezes, colocando em contato indivíduos que nunca se viram.

As campanhas, que se materializam nos textos das mensagens dos alertas de *e-mail* e suas extensões no *site* da *Avaaz*, são fabricadas por profissionais que atuam em diferentes partes do mundo detectando oportunidades para deflagrá-las, tendo como público os mais de 33 milhões de membros da *Avaaz*. Como membro da *Avaaz* e participante da rede deste ator-rede, recebi 197 *e-mails* desta organização entre 04/01/2011 e 24/12/2013.

A análise empreendida neste capítulo volta-se para os elementos textuais destes alertas de *e-mail* que recebi como membro da *Avaaz*, tendo em vista que constituem a principal forma de mobilização e convencimento dos membros, bem como de comunicação das campanhas propostas pela organização. A importância dos *e-mails* foi destacada em entrevista realizada com um dos *Campaign Directors* da *Avaaz*.

O grande laço de comunicação é o *e-mail*. Se a pessoa foi pro *site* é porque ela já se inteirou do assunto de alguma maneira, seja pelo *e-mail*, seja porque alguém colocou no *Facebook*, fez um comentário, tem uma referência, quando ela tem uma propensão de assinar muito grande. Mas o processo de convencimento não é no *site*, esse processo de convencimento é no *e-mail* (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

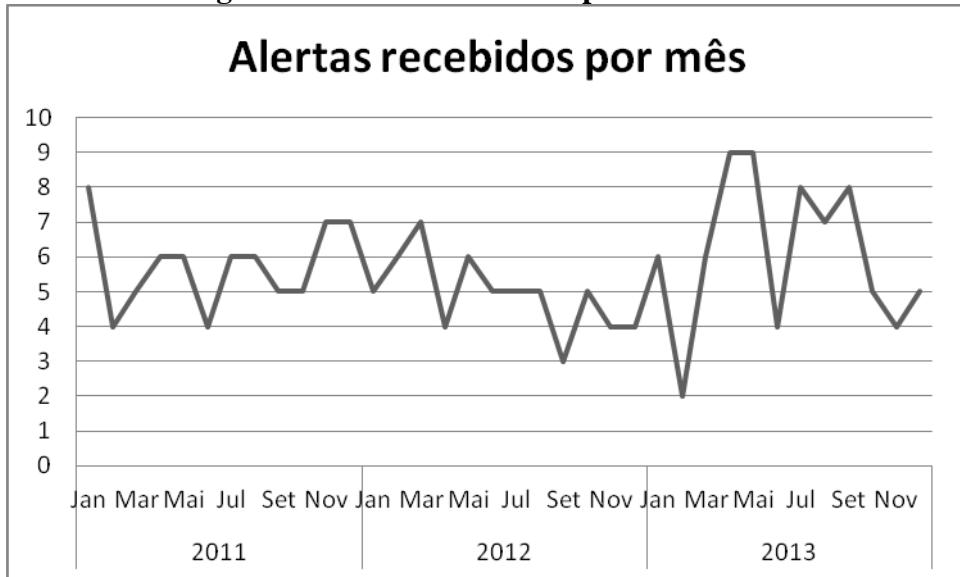
Analizando os alertas de *e-mail* que recebi na qualidade de membro como material empírico a ser trabalhado na seção seguinte, pude perceber que as campanhas da *Avaaz* apresentam algumas variações nas oportunidades de participação oferecidas aos membros através dos *e-mails*. As petições são o principal formato utilizado, mas os repertórios de ação estruturados pela *Avaaz* envolvem também: pedidos de doações, envio de mensagens, realização de telefonemas para alvos determinados, entre outros.

2.3. Alertas, Temas e Alvos das Campanhas

No gráfico da Figura 2 abaixo, destaco o número de alertas que recebi por mês, no período de janeiro de 2011 até dezembro de 2013, totalizando 197 *e-mails*. Pode-se perceber que a regra de enviar pelo menos um alerta e no máximo dois por semana vem sendo cumprida, ainda que a organização tenha enviado três alertas em setembro de 2012 e dois

alertas em fevereiro de 2013 a organização enviou dois alertas. No geral, a média apurada foi de 5,61 alertas por mês, o que remete a pouco mais do que um por semana.

Figura 2 – Alertas recebidos por mês



Fonte: *Avaaz*, a partir dos alertas de e-mail recebidos nestes meses.

O gráfico da Figura 3, a seguir, buscou quantificar as diferentes modalidades de ação propostas pela *Avaaz* nos *e-mails* que me foram enviados durante o período analisado. As petições compreendem a grande maioria das oportunidades de participação comunicadas pela *Avaaz* no período investigado, tendo em vista que foram 120 alertas comunicando petições, compreendendo 59,4% dos alertas de *e-mail* enviados no período. Estou considerando a oportunidade de participação enviada como *link* no corpo do *e-mail*, pois ao final de cada alerta existe uma possibilidade de efetuar uma doação.

Outras oportunidades de participação associadas a campanhas da *Avaaz* incluíram os pedidos de doação (20 alertas - 9,9%) e o envio de mensagens para alvos pré-estabelecidos (18 alertas - 8,9%). Os alertas de *e-mail* também foram usados para convocar os membros para efetuar ligações telefônicas (14 alertas - 6,9%), bem como para fazer comunicados sobre as ações da *Avaaz* (12 alertas - 5,9%).

Na rubrica “outras” agrupei os *e-mails* que estimulavam os membros a criarem suas próprias petições no site *Petições da Comunidade*, bem como chamadas para participação na pesquisa anual da organização. Também se refere a ações específicas, tais como enviar uma foto e mensagens de apoio a uma campanha, comentários com sugestões e ideias para tirar Renan Calheiros da presidência do Senado, e artigo para leitura com a possibilidade de realizar um comentário contra uma matéria na página da *Newsweek* no *Facebook* e *Twitter*. Além disso, também inseri nesta rubrica mensagens de diferente teor, que não propunham uma ação específica: a possibilidade de fazer um comentário sobre uma campanha vitoriosa, outra com agradecimentos por uma doação que fiz neste período, um pedido de resposta a *e-mail* por conta de mudanças na política do *Gmail*, contar história pessoal no site da *Avaaz*.

Figura 3 – Conteúdo dos alertas



Fonte: *Avaaz*, a partir dos alertas de e-mail recebidos entre 2011 e 2013.

Considerando o período pesquisado, os alertas de *e-mail* divulgaram um total de 105 campanhas que podem ser enquadradas em sete grandes temáticas. A Tabela 3 abaixo mostra a frequência com que essas temáticas foram desenvolvidas pela *Avaaz*. A temática dos direitos humanos foi a mais frequente entre as campanhas deflagradas no período, seguida das campanhas pelo meio ambiente e biodiversidade.

Tabela 3 – Temas das campanhas

Temática	Número de campanhas	%
Pelo meio ambiente e biodiversidade	30	28,6
Pelos direitos humanos	30	28,6
Pela democracia	20	19
Contra as corporações e ações de grupos privados	8	7,6
Contra a corrupção	7	6,7
Contra a guerra	6	5,7
Contra a pobreza e a desigualdade	4	3,8
TOTAL	105	100,0

Fonte: *Avaaz*, a partir dos alertas de e-mail recebidos entre 2011 e 2013.

Ao longo da pesquisa, pude perceber que existem campanhas da *Avaaz* em prol de causas e outras que procuram incidir sobre questões ou problemas específicos. No que diz respeito às campanhas “pelo meio ambiente e biodiversidade” destacam-se temáticas relativas à preservação ambiental e pela manutenção de espécies animais, tais como abelhas, rinocerontes e tigres, entre outras. Nesta rubrica também inseri questões como eficiência energética e em prol da energia renovável. Na rubrica “pelos direitos humanos”, agrupei temáticas de campanhas relacionadas com questões contrárias à violência contra crianças e mulheres, contra o machismo, a homofobia e situações de abuso e tortura, chamadas por justiça, igualdade e paz, e em defesa das comunidades tradicionais. Quando me refiro às

campanhas “pela democracia”, compreendo campanhas pela democracia e pela liberdade de expressão ao redor do mundo, em especial contra Estados, mas também contra empresas.

Na rubrica “contra as corporações e ações de grupos privados”, incluo questões envolvendo corrupção privada no poder público, contra os “lucros obscenos de empresas”, a favor da regulação dos mercados, pela segurança no trabalho e pela regulação das empresas. A rubrica “contra a corrupção” buscou organizar um conjunto de temas associados à defesa da democracia, contra privilégios de políticos e pela dignidade. Em “contra a guerra”, a violência figura como alvo principal das campanhas, mas questões tais como soberania e os direitos humanos também se fazem presentes. Na rubrica “contra a pobreza e a desigualdade” estão presentes questões como a erradicação da pobreza global, corte nos “lucros obscenos de empresas”, luta contra a desigualdade e a educação para todos.

Os alertas de *e-mail* que divulgam as campanhas da *Avaaz* parecem mobilizar um público específico e difuso. Como não foi possível obter dados sobre o perfil deste público junto à organização, dentro desses limites, uma questão que nos interessa nesta pesquisa é refletir sobre como se dá o engajamento destes membros nas campanhas da *Avaaz*, procurando também entender as dinâmicas de participação e mobilização que leva a este tipo de engajamento, o que será feito no próximo capítulo.

Geralmente, em frente aos seus computadores, *notebooks*, *tablets* ou telefones celulares, em casa ou onde quer que exista uma conexão à internet, estes indivíduos recebem um *e-mail*, contendo informações sobre uma campanha em curso. Naquele momento, os membros podem clicar em um *link* que aparece no corpo da mensagem recebida. Esse clique os leva até uma página armazenada no *site* da *Avaaz*, onde se apresenta a possibilidade de assinar uma petição, enviar uma mensagem ou efetuar uma doação. Existem campanhas que podem propor que estes indivíduos realizem telefonemas para alvos pré-estabelecidos ou compartilhem dizeres nos murais do *Facebook* de algum destes alvos. Estes alertas também podem conter somente comunicados acerca da atuação da *Avaaz* ao redor do mundo, geralmente assinados pelo canadense Ricken Patel, porta-voz oficial da organização.

Trata-se de um tipo de ativismo que envolve um baixo custo de participação, tanto para os indivíduos que se engajam nessas ações como para a organização, tendo em vista que em alguns minutos as ações em pauta podem ser executadas pelos membros da *Avaaz* sem exigir qualquer tipo de encontro presencial. Isso, no entanto, não faz com que esta forma de mobilização, participação e engajamento deixe de ter suas particularidades, que merecem ser estudadas e que espero apresentar com uma riqueza maior de detalhes no capítulo seguinte.

Boa parte do engajamento de novos membros se dá na medida em que parte considerável dos indivíduos que recebem os *e-mails* da *Avaaz* compartilham suas ações através de *links* nos seus murais do *Facebook*, principalmente (de 4,8% a 41,06% dos membros, a depender da campanha, em média em torno de 25%³³), mas também na *timeline* do *Twitter* (algo entre 0,4% e 7,31% dos membros, em média 4%), ou mesmo enviando os alertas de *e-mail* que recebem para suas redes de contato de *e-mail*, o que ocorre com menos frequência. O uso de *sites* de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*, bem com o envio de *e-mails* para redes de contato pessoal, parecem dar corpo a um processo de auto-comunicação de massas (CASTELLS, 2009), pelo qual vários emissores-receptores se comunicam com outros emissores-receptores com a internet, indo além da coordenação da *Avaaz*.

A autocomunicação de massas tem potencial para atingir uma audiência global através de redes P2P (*peer-to-peer*) e conexões de internet. Trata-se de uma comunicação multidimensional, na medida em que a digitalização do conteúdo e os *softwares* sociais,

³³ Percentuais aferidos entre as 105 campanhas identificadas entre 2011 e 2013.

geralmente baseados em programas abertos que podem ser livremente baixados, permitem a reformatação de quase todos os conteúdos em quase todos os formatos, sendo crescentemente distribuídos pelas redes *wireless*. Também é autogerada no conteúdo, autodirigida na emissão e autosselecionada na recepção por muitos que se comunicam com muitos.

Castells (2009) entende que a autocomunicação de massas configura um novo domínio da comunicação, e ultimamente um novo meio, cujo eixo principal se baseia em redes de computador com linguagem digital e remetentes globalmente distribuídos, que interagem em escala planetária. Este meio não determina o conteúdo e o efeito das mensagens, mas apresenta potencial para uma diversidade ilimitada e produção autônoma da maior parte dos fluxos de comunicação que constroem significado na mente do público³⁴.

O *site* da Avaaz pode ser visto como um centro de cálculo, na medida em que todas as campanhas ficam armazenadas nele, bem como os membros desta organização tem que acessar o *site* para assinar petições, enviar mensagens ou efetuar doações. Latour (2000) entende um centro de cálculo como um espaço em que se realiza uma translação capaz de mobilizar tudo o que pode ser inscrito e levado de um ponto periférico para outro mais central, e vice-versa. Esta translação remete a um trabalho complementar, que, no caso da Avaaz, complementa o trabalho dos alertas de *e-mail* que são enviados. Assim, a tarefa do *site* consiste em fazer com que muitos ajam como um só, seja simplificando as inscrições (no caso, as campanhas divulgadas pelos alertas de *e-mail*), seja mobilizando elementos, mas mantendo-os a distância (no caso, de quem acessa estas inscrições de qualquer lugar do mundo pela internet).

O *site* funciona, portanto, como o local em que estão inscritas as diferentes campanhas deflagradas pela Avaaz, servindo de local de passagem obrigatória para os membros que se engajam nas oportunidades de participação propostas pela organização em sua mobilização. O *site* se constitui como um espaço que recebe, processa e direciona as diferentes ações dos membros, bem como dos articuladores de campanha, dos ativistas e especialistas consultados a cada campanha e dos alvos, complementando a função mediadora e mobilizadora dos alertas de *e-mail*. Assim, no *site* estão armazenados todos os *links* de campanhas, possibilitando seu rastreamento.

Por fim, cabe destacar os alvos destas campanhas, ou seja, para quem a Avaaz está dirigindo a mobilização dos seus membros. Na Tabela 4 abaixo, apresento um levantamento compreendendo os *e-mails* que recebi no idioma em português, a maioria dos alvos da Avaaz estão na escala nacional (64,3%), com forte ênfase no Poder Executivo (43,1%). Os organismos transnacionais e líderes mundiais aparecem com um percentual bem abaixo (13,9%).

³⁴ Castells (2009) destaca que a revolução nas tecnologias da comunicação e as novas culturas de comunicação autônoma são processadas e moldadas, ainda que não determinadas, por organizações e instituições que são influenciadas por estratégias de negócio de busca pelo lucro e crescimento de mercado. A crescente interação entre redes de comunicação horizontais e verticais não significa que a mídia tradicional está sucumbindo diante destas novas e autônomas formas de geração e distribuição de conteúdo. O autor aponta um processo de complementaridade que proporciona uma nova realidade de mídia, cujos contornos e efeitos vão ser decididos pelos conflitos políticos e de negócios entre as posições dos donos das redes de comunicação pelo controle do acesso e tráfego em favor de seus parceiros de negócio e clientes preferenciais.

Tabela 4 – Alvos da Avaaz

Alvo	Menções	%
Presidentes, Primeiro-Ministros, Governos, Ministros e Chefes de Estado	71	43,1
Parlamentares (nacional)	35	21,2
Organismos Transnacionais	18	10,9
Empresas	9	5,5
Poder Judiciário	7	4,2
Líderes Mundiais	5	3
Outros	20	12,1
TOTAL	165	100,0

Fonte: Avaaz, a partir dos alertas de e-mail recebidos entre 2011 e 2013.

OBS: Na rubrica “Outros”, enquadrei alvos que não se agregavam às categorias criadas, tais como lideranças nacionais; membros do Conselho da Anatel; cidadãos ocupando *Wall Street* e os povos que protestam ao redor do mundo; juiz de direito; Agência de Proteção Ambiental dos EUA; Comissão de Comércio Internacional dos EUA; investidores; inspetores de polícia.

Esse panorama nos faz pensar que a *Avaaz* procura conferir visibilidade internacional para questões nacionais dentro do amplo leque de temas no qual atua, bem como que sejam aprovadas nos testes realizados junto a uma amostra dos membros. Dar visibilidade a questões nacionais, pressionando governos, pode ser visto como um dos principais objetivos das campanhas da *Avaaz*. Ainda que uma determinada causa em questão tenha um caráter que pode ser visto como nacional, a *Avaaz* procura construir uma visibilidade internacional, a fim de pressionar seus representantes em diferentes esferas — Executivo, Legislativo e Judiciário — criando situações de mudança.

Fazendo referência às redes de defesa de direitos, Keck *et al.* (1998) assinalam que estas são significativamente transnacionais e nacionais: ao construir novas associações entre atores das sociedades civis nacionais, dos Estados e organizações internacionais, estas redes multiplicam os canais de acesso ao sistema internacional. Em temas como meio ambiente e direitos humanos, que estão entre as principais temáticas tratadas pela *Avaaz*, por exemplo, estas redes tornam recursos internacionais acessíveis para novos atores em conflitos políticos e sociais na esfera nacional.

Com os aportes de Tarrow (2005), pode-se afirmar que este movimento de pressão da *Avaaz* sobre governos e Estados pode ser associado a um processo de internalização dos protestos, ou seja, a pressão desta organização que pretende atuar globalmente, mas fabrica campanhas que pressionam governos, confere visibilidade internacional a algumas causas que podem ser vistas como nacionais. O autor chama atenção para uma resistência à globalização, o que faz com que muitos dos ativistas cosmopolitas — grupo no qual os profissionais da *Avaaz* parecem se enquadrar — continuam a protestar no terreno doméstico, enquadrando suas demandas em termos concretos contra antagonistas visíveis, tais como os governos.

Neste sentido, vale ressaltar quatro tendências que Tarrow (2005) destaca quando trata deste processo de internalização: os cidadãos estão respondendo politicamente à intrusão de pressões e instituições externas nas suas vidas, sendo que protestos internalizados contra pressões externas configuram uma tendência, e, no caso desta pesquisa, a *Avaaz* parece ser mediadora dessas insatisfações na medida em que uma parte de suas campanhas tem como alvo os organismos multilaterais; as respostas domésticas a pressões externas encontram nas instituições o seu ponto crítico, sendo que os governos são os mais cobrados; capturados entre a pressão externa e contingências internas, os governos se tornam alvos altamente vulneráveis

e visíveis; e o internacionalismo, que insere pressões internacionais e enquadramentos globais na política doméstica, também provê canais para que os protestos domésticos sejam difundidos horizontalmente além das fronteiras nacionais, bem como se movam verticalmente a níveis mais elevados, como parece ser o caso com algumas das campanhas da *Avaaz*.

2.4. O Trabalho de Fabricação das Campanhas: Organizando Ação Coordenada

Ao investigar os processos inerentes à fabricação das campanhas da *Avaaz*, deparei-me com o trabalho de profissionais que se articulam em múltiplas equipes e atuam constituindo uma espécie de radar, procurando capturar e identificar novas oportunidades de campanhas a serem deflagradas ao redor do mundo com a internet. Como destaca um *Global Campaigner* entrevistado, existe até uma equipe específica para identificar estas oportunidades.

Existe uma equipe dentro da *Avaaz* que é uma equipe responsável por identificar quais são os momentos, o que tem acontecido de eventos ao redor do mundo que a gente pode fazer a diferença e que está alinhado com os valores da *Avaaz* (...) Acho que é o que se coloca no radar, tem muita coisa que está no radar da *Avaaz*, tem coisas que também estão no radar das outras organizações, tem coisas que a gente pega na mídia no dia anterior como a *Muslim Rage*, da Ira Muçulmana, uma campanha que a gente lançou agora, que foi um estalo, pode ser interessante, vamos ver o que a gente faz. É fruto da equipe da *Avaaz* estar sempre atenta ao que está acontecendo ao redor do mundo (entrevista com Diego Casaes, em 25/09/2012).

Espalhados pelo mundo e se comunicando entre si através de plataformas digitais, como o *Skype*, estes profissionais se reúnem — ou, melhor, se falam ou se conectam — pelo menos duas vezes por semana para avaliar as oportunidades de campanhas a serem apresentadas aos membros da organização na forma de alertas de *e-mail* e de páginas do *site*.

Em um trabalho que envolve um exercício constante, e difícil, de tradução, bem como de avaliação do cenário político para construir uma gramática de ação e significação para diferentes línguas e culturas, a fabricação das campanhas divulgadas em alertas de *e-mail* e no *site* aparece como parte fundamental para o engajamento dos membros, bem como para a ampliação contínua do número de membros da *Avaaz*, que passam dos 33 milhões de indivíduos ao redor do mundo.

Alexander (1998) entende a ação coletiva como uma luta por posições frente aos antagonismos das categorias da vida civil. Nesta luta para representar alguns atores, outros são definidos por categorias negativas e impuras, sendo que a própria ação é definida como sagrada. De forma geral, nesse processo de luta, há uma passagem do específico para o geral, que acaba gerando um problema permanente de tradução, exigindo que os líderes dos movimentos sociais ajam com criatividade e imaginação.

Para o autor, usar uma organização com eficiência significa aprender a traduzir experiências — do particular para o geral, do institucional para o civil, e vice-versa — na medida em que a ambição de um movimento social comprehende recolocar demandas específicas, tirando-as de instituições particulares e colocando-as no interior da própria sociedade civil; iniciar uma conversação com a sociedade; e atrair a atenção dos seus membros para uma compreensão mais global de sua causa. Desta forma, o problema construído e o grupo que o aciona entram definitivamente na vida pública.

Ainda que a *Avaaz* não seja um movimento social, os aportes do autor, em especial a ideia de tradução e de construção de uma agenda pública, parecem ser centrais para o entendimento do trabalho de fabricação das campanhas desta organização. Alexander (1998)

assinala que uma tradução bem-sucedida transporta movimentos originários de protestos iniciados em um setor da estrutura para a órbita da sociedade como um todo, permitindo a costura de alianças, a formação de alinhamentos e a organização da propaganda. Como parte de um processo inverso de estigmatização aparecem estruturas narrativas arquetípicas, que exaltam a imagem dos desafiadores — no caso, os próprios movimentos sociais — e diminuem a dos poderosos. De personagens solitários e oprimidos, os líderes dos movimentos e organizações sociais se transformam em figuras heróicas, que se aventuram em uma busca romântica. Assim, o autor destaca que o conflito passa a ser retratado em tons sentimentais, muitas vezes moralistas e simplistas, com recursos cômicos, como a ironia e a comédia, sendo adotados para reduzir ainda mais a importância de identidades que passam a ser vistas como impuras.

Alexander (1998) enxerga os movimentos sociais como mecanismos sociais que constroem traduções entre o discurso da sociedade civil e os processos institucionais específicos de tipo mais particularista. Para tal, possuem uma natureza prática e histórica, mas só podem ter êxito se forem capazes de empregar a metalinguagem civil para relacionar esses problemas práticos ao centro simbólico da sociedade e suas premissas utópicas.

A política pode ser definida como uma luta discursiva, que trata da distribuição de líderes e seus seguidores, de grupos e de instituições ao longo de conjuntos simbólicos altamente estruturados. Na ação recíproca entre as instituições comunicativas e seu público, o fato de um grupo ser representado a partir de um ou outro conjunto de categorias simbólicas é decisivo. No curso dos conflitos sociais, os indivíduos, as organizações e os grandes grupos podem ser transferidos de um lado para o outro da classificação social, através de rupturas do tempo histórico.

Com as entrevistas realizadas, fica claro que o trabalho de tradução e construção de agenda política dos profissionais da *Avaaz* é complementado com testes dos alertas de *e-mail*, realizados com uma parcela dos membros, de forma que cada campanha lançada tenha o aval daqueles membros da *Avaaz* que participaram dos testes, envolvendo campanhas que estão em vias de serem lançadas. Assim, sem precisar de uma rotina de encontros presenciais entre os profissionais (para organizar as campanhas) ou membros (para participar das campanhas), esta organização vem deflagrando processos de mobilização com a internet por meio de suas campanhas.

A *Avaaz* lança campanhas em contextos em que percebe a sua capacidade de “fazer a diferença”, procurando causar uma mudança no estado de coisas, ou evitar uma mudança para pior, interferindo na realidade mediante sua capacidade de mobilização rápida de um grande número de indivíduos em um curto espaço de tempo através do envio de alertas de *e-mail* para seus membros, configurando um tipo específico de rede de guerra informacional que se desenrola com a internet, mas que tem seus efeitos na esfera pública. Isso fica claro no trecho de entrevista realizada com um *Campaign Director*, versando sobre o que consistem as campanhas da *Avaaz*.

Uma campanha é um processo, é um esforço para a mudança da realidade. Isso, para a *Avaaz*, é muito claro. Não existe campanha para marcar posição. É sempre algo que tem como finalidade uma mudança na realidade. Ou evitar uma mudança para pior. Tem uma interferência no mundo real. Então, todas as campanhas nascem, primeiro, como um esforço das pessoas que estão bolando ela, de imaginar a realidade a ser mudada a partir da interferência da *Avaaz*. E isso é um critério importante de escolha, o quanto naquele processo a *Avaaz* vai ajudar a mudar. Algo que já está decidido, não faz sentido ter campanha. Algo que não tem chance de ser decidido, também provavelmente não faz sentido. A campanha é o esforço de usar a mobilização popular para conseguir mudar a realidade, para interferir na realidade.

Às vezes é para evitar mudança, como no Código Florestal (entrevista com Pedro Abramovay, em 05/09/2012).

A fabricação das campanhas tem muito a ver com as equipes profissionais que trabalham articuladas entre si. As entrevistas realizadas revelam que a *Avaaz* possui mais de 40 *Campaigners* e um total de aproximadamente 70 indivíduos trabalhando em suas equipes de campanhas espalhadas ao redor do mundo. Logo, a deflagração de uma campanha depende muito da sensibilidade dos indivíduos que estão nestas equipes para lidarem com situações e causas, e para entender, de um lado, qual o melhor momento de agir em prol da mudança em uma dada situação, de outro, a cambiante vontade dos membros. São três os elementos fundamentais em uma campanha, citados na declaração de um *Global Campaigner* entrevistado: o tempo correto, seja para fazer alguma diferença, seja para agregar valor; a capacidade de vencer; e a claridade moral entre os membros.

Uma campanha da *Avaaz* é todo um processo que envolve desde descoberta de uma ideia e o entendimento de que essa ideia tenha uma claridade moral suficiente para os membros da *Avaaz* e para a sociedade em geral. E desenvolver essa ideia ao ponto máximo possível para que a gente possa causar uma diferença e uma mudança social. Uma campanha para *Avaaz* é aquela que tem três coisas: o *timing* correto, uma campanha que, de fato, chega no momento certo para fazer diferença e para agregar valor a uma determinada mobilização ou um determinado assunto; é uma campanha que tem capacidade, em termos de perspectiva de ganho, perspectiva de vencer esta campanha; e é uma campanha que tem claridade moral, pois não adianta a gente ter uma campanha que tem o *timing* correto, que tenha a *winability*, a capacidade de vencer, se entre os membros da *Avaaz* não existe claridade sobre aquele tema (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

Torna-se fundamental para o trabalho das equipes que criam campanhas sentir o quanto a *Avaaz* vai agregar valor em qualquer mobilização que esteja prestes a se envolver, como nas palavras do *Campaign Director* que foi entrevistado.

o que a gente vai ver não é se essa é uma luta justa ou não, se vai apoiar ou não. O que a gente vai ver é se o tipo de mobilização que a *Avaaz* faz vai agregar valor nesta mobilização. E aí a gente avalia. Se for agregar, aí a gente entra (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

Na busca por oportunidades de campanha, portanto, a *Avaaz* apresenta um duplo olhar: de um lado, se a mobilização que esta organização é capaz de fazer vai mudar a realidade em questão; de outro, o que os membros querem que a *Avaaz* faça como campanha.

Então, você tem que combinar as duas coisas. Você pode ter uma coisa que você acha que pode fazer a diferença, mas se, por acaso, você sentir que não tem apoio dos membros, aquilo não é lançado como campanha. É uma combinação de você servir aos membros que estão lá movimentando e fazer coisas que interessam a eles, que tenha capacidade de mobilizá-los; e outra é que esse tipo de mobilização tenha um efeito real de mudança da realidade (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

Os testes que são realizados a cada campanha podem vetar ou aprovar uma campanha de caráter global, perfazendo um momento em que os fracassos podem ser melhor reconhecidos, bem como referenda a importância dos membros para os processos de tomada de decisão na *Avaaz*.

Mas como a gente testa antes, é muito raro, não tem nenhum caso em que o teste tenha sido muito diferente. O fracasso, na verdade, está antes. Por exemplo, a gente queria fazer uma campanha global, eu que estava coordenando, sobre o Tratado que chama *Transpacific Partnership*, o TPP, um novo acordo que eles estão querendo colocar tudo que tinha no SOPA, ACTA, PIPA nesse acordo entre alguns países do Pacífico, se não me engano Chile, Peru, Canadá, Japão, Malásia, que na verdade é um acordo sobre defesa da propriedade intelectual e depois vão querer expandir por mundo todo. Troço gravíssimo, sério. Decidimos fazer a campanha, fizemos a pesquisa, o texto da campanha, testamos e não foi (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).³⁵

As múltiplas equipes de campanhas da *Avaaz* também são responsáveis por estabelecer os melhores momentos para a entrega de petições, que constituem a principal oportunidade de participação oferecida pela organização, ainda que a mesma tenha atingido o número de assinaturas esperado para esta entrega. Este momento, aliás, é bem descrito em suas variações na fala do *Campaign Director* entrevistado, que destaca o quanto é importante chamar a atenção da mídia ou buscar uma boa cobertura midiática no momento da entrega das petições.

Primeiro, você tem algumas entregas de petição, em geral, que são físicas; e outras que são simbólicas, ou seja, uma petição pode ser entregue colocando um cartaz em frente ao palácio presidencial, pode ser colocando cartazes no caminho que o presidente faz pode ser considerado uma entrega de petição. O cara viu, o cara sabe, está entregue. Outras não, você marca, tira uma foto, tem regras, como é o cartaz, como tem que ser a foto, tenta fazer dentro de um padrão. Outras vezes a gente associa essas duas coisas. No *Veta Dilma* a gente entregou uma “PMI”, entregou um cartaz e fez uma situação do lado de fora, com um boneco com a cabeça da Dilma, com um *counter*, um placar eletrônico com as assinaturas *on line* rodando na frente ao Palácio do Planalto. Aí saiu nos jornais, no Jornal Nacional (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

As reuniões semanais, portanto, se convertem nos momentos adequados para discutir as campanhas a serem deflagradas, a argumentação e as estratégias a serem utilizadas em cada uma delas, os problemas e a validação das mesmas, bem como os melhores momentos para a entrega de petições. Ainda que exista uma hierarquia, todos são estimulados a participar, como na declaração do *Campaign Director* entrevistado: “essas reuniões são reuniões em que todo mundo fala. Tem uma hierarquia clara, mas tem uma valorização de todas as opiniões, que são importantes”³⁶.

Na estrutura de cargos da *Avaaz* existe uma figura, o *Campaign Manager*, que é responsável por escolher as campanhas a serem lançadas em determinada semana. Trata-se de um posto rotativo ocupado por um dos *Campaign Directors*, que coordenam os trabalhos dos *Global Campaigners* espalhados ao redor do mundo, que compõem múltiplas equipes de campanhas, nas reuniões realizadas a cada semana.

Então, quando eu falo que todas as decisões na *Avaaz* elas, de fato, são tomadas pela equipe é porque a gente entende que o CM [*Campaign Manager*] vai definir quais são as melhores campanhas porque ele teve uma equipe trabalhando para desenvolver essas campanhas ao máximo possível para ele, o CM, tomar a melhor

³⁵ Cabe destacar que, pouco tempo depois da entrevista realizada, esta campanha, sobre o TPP, foi lançada pela *Avaaz*.

³⁶ Entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012.

decisão. Então, o CM, no caso, é um posto de responsabilidade para a pessoa tomar uma decisão sobre o assunto, sobre quais campanhas rodar, com base no feedback que ele tem da sua equipe, que propôs campanhas ao longo do dia, ao longo da semana, dessas duas reuniões (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

Além da aprovação de campanhas, algumas ideias que os profissionais da *Avaaz* consideram que ainda não estão desenvolvidas para serem lançadas podem ser direcionadas para uma equipe específica desenvolvê-las ao longo do tempo, apresentando-as em futuras reuniões.

Mas o que acontece também é que algumas ideias de campanhas que são interessantes fazer e que ainda não estão super desenvolvidas ou que não tem equipe vinculadas a esta campanhas são colocadas em desenvolvimento e aí assinalada uma equipe para desenvolver estas campanhas e apresentar ao restante da equipe (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

Algumas campanhas podem ser deflagradas sem passar pelas reuniões semanais. Isso pode acontecer em casos emergenciais, geralmente em campanhas de espectro regional ou nacional, mas com uma deliberação que passa por mais de um indivíduo, o que quer dizer que não existem decisões individuais no processo de aprovação de qualquer campanha.

Você coloca isso pro grupo, coloca isso pro Ricken [Patel], você coloca isso pra algum outro diretor de campanhas, se vale a pena fazer. Em geral, esse processo de tomada de decisão se dá nas reuniões que envolvem toda equipe. Numa coisa de “olha, precisa fazer em 24 horas”, não dá tempo de esperar até a reunião, então você toma a decisão com as pessoas que você acha que estão envolvidas no tema, aí vai, decide fazer (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

Basicamente, as múltiplas equipes são compostas de *Campaign Directors* que coordenam *Global Campaigners* ao redor do mundo. Cabe destacar que a diferença entre os *Global Campaigners* e os *Campaign Directors* está numa responsabilidade maior destes últimos nos processos de tomada de decisão. Os *Global Campaigners* são responsáveis por todos os aspectos de uma campanha, compreendendo a pesquisa, a sinalização da melhor forma de entregar a petição ou da melhor estratégia a ser tomada e a primeira redação do e-mail. Já os *Campaign Directors* ficam responsáveis por revisar todos esses pontos, bem como estabelecer contatos políticos de mais alto nível e ocupar a posição de *Campaign Manager* em sistema de rodízio.

As múltiplas equipes que compõem o lado profissional da *Avaaz* também são responsáveis por acompanhar as temáticas das campanhas que estão curso, ainda que não existam processos específicos sobre como deve ser este acompanhamento.

A gente trabalha com documentação das campanhas para desenvolver uma campanha. É tarefa organizacional, é tarefa minha, por exemplo, responsabilidade minha desenvolver uma campanha sobre 14º e 15º salários parlamentares, é minha responsabilidade me manter atualizado a respeito do tema. Então, existe um acompanhamento dos temas das campanhas que foram lançadas, sim; mas não existe um processo específico de como deve ser este acompanhamento. Depende da responsabilidade do trabalho de cada equipe que trabalha nesta campanha (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

No que diz respeito à articulação com outras organizações e movimentos sociais, a *Avaaz* busca contribuir em causas que estão em curso com sua capacidade de criar mobilização em grande escala para poder transformar a realidade, pautando seu capital mobilizador e sua independência, tendo em vista que é totalmente financiada por doações de pessoas físicas.

[*Avaaz* é] uma organização que, de fato, enfrenta desafios que as outras organizações não conseguem enfrentar, seja pela equipe flexível que a *Avaaz* tem, trabalha em coisas bem em cima da hora, que é a natureza da organização, com coisas de urgência, bem como pela forma como a gente trabalha, sem responder a governos e instituições porque todo financiamento vem de pessoas físicas e não de instituições, governos ou outras organizações (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

A capacidade de mobilização de uma grande quantidade de membros de forma rápida, através dos alertas de *e-mail* enviados, emerge como o principal ativo da *Avaaz*, ainda que se alie a outros movimentos e organizações, alguns dos quais prezam pelo acúmulo de discussão em determinados temas sem ter esta capacidade de mobilização. Isso não deixa de gerar tensões, mas também, e principalmente, complementaridades, na medida em que um precisa do outro em determinados contextos.

O grande ativo da *Avaaz* é a mobilização. Você tem outras organizações que tem como grande ativo o acúmulo de discussão, outras têm a rede de contatos. A *Avaaz* tem como principal ativo a capacidade de mobilização, e uma mobilização consistente, não é uma mobilização descolada da realidade ou sem base científica. Isso diferencia a *Avaaz* das outras organizações, a capacidade gigantesca de mobilização rápida, com consistência. Você tem até projetos que são mais longo prazo, mas, na grande maioria das vezes, a *Avaaz* vai entrar no momento no qual esse capital vai fazer a diferença, o capital de uma mobilização rápida com consistência vai fazer a diferença. Você precisa se aliar, às vezes, com movimentos que começaram, que gestaram alguma coisa, etc, e você vai agregar algo que eles não tinham capacidade de fazer, que é criar uma mobilização em grande escala para justamente poder transformar a realidade (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

Portanto, geralmente tendo as tecnologias da internet como mediadores, os profissionais da *Avaaz* se organizam coletivamente para a fabricação das campanhas que são comunicadas aos seus membros através dos alertas de *e-mail* e do *site*. Ainda que profissionais e membros não se encontrem fisicamente próximos, em uma situação de co-presença, todas as ações são fruto de deliberações coletivas entre os profissionais, o que remete a uma ação coordenada em que os membros se engajam individualmente e rapidamente, um a um, desenvolvendo, assim, um potencial para configurar uma espécie de contra-poder (CASTELLS, 2009). Essa forma de ação coletiva que é desflagrada sem a necessidade de co-presença, tanto na organização, quanto na participação em si, traz uma novidade para pensar os repertórios de ação coletiva (TILLY, 1995), trazendo pistas para a configuração de uma espécie de repertório de ação digital (EARL & KIMPORT, 2011) e uma lógica de ação conectada (BENNETT *et al* 2012) em uma esfera pública interconectada (BENKLER, 2006) nas sociedades contemporâneas, como veremos no capítulo 4. A seguir, destaco campanhas desenvolvidas no contexto brasileiro.

2.5. Uma Análise de Campanhas no Contexto Brasileiro

Nesta seção, destaco três campanhas desenvolvidas no contexto brasileiro, chamando atenção para o quadro geral da mobilização empreendida pela *Avaaz* em cada uma delas, bem como para o senso de ação coletiva, a urgência e o tom emocional presentes nos textos dos alertas de *e-mail* em cada uma delas.

2.5.1. Ficha Limpa

A Lei da Ficha Limpa³⁷ foi sancionada em junho de 2010 e teve sua origem em um projeto de lei de iniciativa popular³⁸ idealizado pelo juiz Márlon Reis, que reuniu 1,3 milhões de assinaturas³⁹ com o objetivo de aumentar a idoneidade dos candidatos a cargos eletivos. A lei torna inelegível por oito anos qualquer candidato que tiver seu mandato cassado ou renunciar para evitar a cassação, bem como se for condenado por decisão de órgão colegiado (com mais de um juiz), mesmo que tenha a possibilidade de recurso. O período desta pesquisa não abrange o momento em que a lei estava em tramitação no Congresso, descrito na subseção anterior, quando a *Avaaz* se tornou um dos principais atores no processo de aprovação da lei, reunindo dois milhões de assinaturas em uma petição que ficou aproximadamente quatro meses aberta, além de ter sido complementada por estratégias como envio de mensagens e ligações telefônicas para parlamentares.

No período desta pesquisa, as diferentes oportunidades de participação adotadas pela *Avaaz* na continuidade da campanha da Lei da Ficha Limpa se voltaram para a aprovação de sua constitucionalidade pelo Supremo Tribunal Federal - STF. Este processo demorou quase dois anos após a sanção da lei, sendo que a *Avaaz* enviou sete *e-mails* para seus membros brasileiros entre 16/09/2010 e 16/02/2012. Trata-se de um período posterior à aprovação da lei no Congresso Nacional, em que o foco se voltava para sua regulamentação, tendo o Judiciário como alvo principal, ainda que o Executivo tenha sido alvo em determinado momento. Dentre as oportunidades de participação adotadas nestes alertas de *e-mails*, foram três petições divulgadas em seis *e-mails*, bem como o envio de mensagens para alvos pré-determinados, divulgada em um *e-mail*. No Quadro 1 abaixo, mostro os alvos de cada um dos alertas de *e-mail* que recebi no período acima assinalado, bem como o número de membros que foi mobilizado e cada uma das estratégias adotadas.

³⁷ A Lei da Ficha Limpa é a Lei Complementar 135 de 2010, que é uma emenda à Lei das Condições de Inelegibilidade ou Lei Complementar 64 de 1990.

³⁸ Trata-se de um instrumento de democracia direta ou semi-direta que torna possível à população apresentar projetos de lei. No Brasil, a constituição exige como procedimento a adesão mínima de 1% da população eleitoral nacional, mediante assinaturas, distribuídos por pelo menos 5 unidades federativas e no mínimo 0,3% dos eleitores em cada uma dessas unidades.

³⁹ Não se trata de assinaturas da *Avaaz*, mas de um abaixo-assinado capitaneado pelo Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE).

Quadro 1 – Campanha pela regulação da Ficha Limpa

Data	Título <i>e-mail</i>	Oportunidade de Participação	Alvo	Membros mobilizados
16/09/2010	Atualização Ficha Limpa: STF vota semana que vem!	Petição	Ministros do STF	177.242
25/03/2011	Ficha Limpa <i>betrayed</i>	Envio de mensagens	Ministro Luiz Fux	67.008
07/09/2011	Salve a Ficha Limpa hoje!	Petição	Presidente Dilma Rousseff	187.049
29/09/2011	Hoje: Ficha Limpa Ameaçada			
08/11/2011	36 horas para proteger a Ficha Limpa	Petição	Ministros do STF	151.086
14/02/2012	Ficha Limpa: a última batalha – Faltam 24 horas!			
16/02/2012	Ficha Limpa: a última batalha – Faltam poucas horas!			

Fonte: Avaaz, a partir dos alertas de e-mail recebidos entre 2011 e 2013

Com o quadro acima, podemos perceber que, com menos intensidade que as anteriores, as petições engajaram mais membros do que o envio de mensagens, o que parece ser uma característica geral em todas as campanhas da Avaaz. Ao pensar na Avaaz como um ator-rede, nesta campanha, percebo a formação de pelo menos quatro diferentes grupos, um em cada oportunidade de participação adotada, provocando mais de 500 mil ações de membros mediadas pelos alertas de *e-mail* e pelo site da organização.

Esta campanha parece ter atingido um fim, tendo em vista que a lei foi aprovada e referendada pelo Judiciário. Isso pode ser percebido na medida em que em três alertas de *e-mail* enviados aos membros, entre 08/11/2011 e 16/02/2012, a quantidade de membros que assinaram esta petição foi menor (151.086) do que nas duas petições anteriores, nas quais a Avaaz enviou dois alertas de *e-mail*, que engajaram membros brasileiros (187.049 e 177.242, respectivamente). Nota-se que o intervalo de tempo entre os *e-mails* da última petição enviada aos membros é de três meses, sendo que o espaço de tempo parece estar relacionado com o período de recesso do Judiciário brasileiro. O intervalo de tempo entre os *e-mails* da petição cujo alvo era Dilma, por exemplo, foi de menos de um mês.

A Lei da Ficha Limpa foi considerada constitucional pelo STF em fevereiro de 2012. Esta pode ser considerada uma campanha vitoriosa da Avaaz e de todos os outros movimentos que participaram de mobilizações neste sentido. Em todos os alertas de *e-mail*, um sentido de urgência e um senso de ação coletiva eram característicos das mensagens. Na campanha da Ficha Limpa, o sentido de urgência aparece já nos títulos dos alertas de *e-mail* enviados, sendo que inicialmente aparece associado à necessidade da lei ser válida nas eleições de 2010.

Nós precisamos agir rápido e deixar claro para os juízes do STF que a sociedade civil brasileira lutou arduamente para passar a Ficha Limpa e queremos que ela seja válida para as eleições de outubro!⁴⁰

⁴⁰ E-mail “Atualização Ficha Limpa – STF vota semana que vem”, recebido em 16/09/2010.

Passadas as eleições de 2010, as atenções se voltaram para a presidente Dilma Rousseff, mais especificamente para necessidade dela escolher um novo Ministro para o STF que seja “anti-corrupção” e que vote pela constitucionalidade da lei da Ficha Limpa.

vamos fazer um apelo urgente para que ela escolha alguém que seja um campeão contra corrupção! Mobilize-se agora!⁴¹

Assine agora para dizer a Dilma para tomar a decisão certa⁴²

Por fim, a urgência se volta para o julgamento do STF sobre a constitucionalidade da lei, que acabou sendo oficializada em fevereiro de 2012.

Nós só temos 36 horas restantes. Clique aqui para salvar Ficha Limpa⁴³

Temos apenas 24 horas até que o STF tome sua decisão. Vamos forçá-los a colocar a corrupção para fora do Brasil de uma vez por todas⁴⁴

Cabe destacar que nem sempre a urgência demandada pela *Avaaz* se reflete na temporalidade em que as ações acontecem. Isso pode ser visto nas passagens textuais dos alertas de *e-mail* que comunicavam a petição acima, que ficou três meses em aberto. No caso, a segunda passagem, de 14/02/2012, reflete uma urgência mais próxima da realidade do julgamento do que a primeira, de 08/11/2012, tendo em vista que a constitucionalidade da Ficha Limpa foi decidida dois dias depois do envio deste segundo alerta de *e-mail*.

Quando se trata do senso de ação coletiva nos alertas de *e-mail* no período analisado nesta campanha, inicialmente a *Avaaz* chama atenção para ultrapassar a meta de uma petição, enfatizando a importância de encaminhá-la para a rede de contatos de quem está assinando.

Nos ajude a ultrapassar a nossa meta - assine a petição e depois encaminhe para os seus amigos!⁴⁵

Em outro momento, a campanha pretende mostrar para o Ministro do STF, Luiz Fux, através de mensagens enviadas para seu *e-mail*, a indignação dos membros brasileiros da *Avaaz* frente ao seu que fez com que a decisão do STF fosse de invalidar a lei para o resultado das eleições de 2010. Vale ressaltar que, com esta ação, a *Avaaz* enviou mais de 65 mil mensagens ao Ministro.

Há pouco que podemos fazer para reverter a decisão do STF, mas vamos inundar os emails do Ministro Fux com mensagens de todo o Brasil, mostrando a nossa indignação. Clique abaixo para enviar a sua⁴⁶

Em uma petição, cujo alvo era a presidente Dilma Rousseff, a *Avaaz* recorre às ações de um passado recente nas quais aprovaram a lei no Congresso, momento em que conseguiu reunir dois milhões de assinaturas em uma petição. O objetivo é provocar mobilização em massa para que a presidente escolhesse um Ministro do STF “anti-corrupção”. No entanto, a

⁴¹ E-mail “Salve a Ficha Limpa hoje”, recebido em 07/09/2011.

⁴² E-mail “Hoje: Ficha Limpa ameaçada”, recebido em 29/09/2011.

⁴³ E-mail “36 horas para proteger a Ficha Limpa”, recebido em 08/11/2011.

⁴⁴ E-mail “Ficha Limpa: a última batalha – faltam 24 horas”, recebido em 14/02/2012.

⁴⁵ E-mail “Atualização Ficha Limpa – STF vota semana que vem”, recebido em 16/09/2010.

⁴⁶ E-mail “Ficha Limpa betrayed”, recebido em 25/03/2011.

meta desta campanha (250.000 assinaturas) não foi atingida, pois só reuniram 187.049. Não há no *site* informações sobre sua entrega à Presidente Dilma Rousseff.

Mas nós já derrotamos esses políticos sujos uma vez -- nosso movimento, que vem do povo, forçou o Congresso a aprovar a Ficha Limpa contra sua vontade. Podemos fazer isso novamente esta semana se nos mobilizarmos em massa e fizermos um apelo à Dilma para que ela escolha um candidato forte.⁴⁷

Clique aqui para assinar a petição pedindo para Dilma escolher um Ministro anti corrupção para o STF e depois envie para todos -- nossa petição será entregue ao escritório da Dilma quando conseguirmos 250.000 assinaturas⁴⁸

Por fim, em mais uma petição a *Avaaz* pede que os membros assinem e compartilhem com sua rede de contatos, perfazendo um ator-rede que se remodela a cada nova estratégia de ação proposta.

Clique abaixo para assinar a petição em apoio à equipe de juristas e depois envie este email para seus amigos e familiares⁴⁹

Precisamos apenas convencer mais 9 ministros para garantir nossa vitória contra a corrupção⁵⁰

2.5.2. Belo Monte

A construção da Usina Hidrelétrica de Belo Monte no Rio Xingu, nas proximidades da cidade de Altamira (PA), é alvo de protestos de ambientalistas e comunidades indígenas. O leilão para a construção e operação da usina foi realizado em abril de 2010 e foi vencido pelo Consórcio Norte Energia, sendo que o contrato de concessão foi assinado em agosto de 2010 e o de obras civis em fevereiro de 2011. A previsão para o início de funcionamento da usina era 2015.

⁴⁷ E-mail ““Salve a Ficha Limpa hoje”, recebido em 07/09/2011.

⁴⁸ E-mail ““Hoje: Ficha Limpa ameaçada”, recebido em 29/09/2011.

⁴⁹ E-mail “36 horas para proteger a Ficha Limpa”, recebido em 08/11/2011.

⁵⁰ E-mail “Ficha Limpa: a última batalha – faltam 24 horas”, recebido em 14/02/2012.

Quadro 2 – Campanha Belo Monte

Data	Título e-mail	Oportunidade de Participação	Alvo	Membros mobilizados
13/01/2011	Desastre Amazônico			
17/01/2011	Desastre Amazônico – resultado incrível	Petição	Presidente Dilma Rousseff	752.581
28/01/2011	Urgente! Pare Belo Monte	Ligações telefônicas	Presidente Dilma Rousseff	Não informado
03/02/2011	Belo Monte: faltam 5 dias	Petição	Presidente Dilma Rousseff	752.581
12/04/2011	4 dias para parar Belo Monte	Envio de mensagens	Presidente Dilma Rousseff, Ministro Antônio Patriota e Ministra Maria do Rosário Nunes	52.507
10/06/2011	Brasil: apoie o cacique Raoni	Ligações telefônicas	Presidente Dilma Rousseff	Não informado
13/12/2011	Belo Monte: pessoas vs. bancos	Petição	Luciano Coutinho, presidente BNDES	72.337
27/08/2012	Belo Monte: respeito à constituição já!	Envio de mensagens	Ministro Carlos Ayres Britto, presidente STF	36.051

Fonte: *Avaaz*, a partir dos alertas de e-mail recebidos entre 2011 e 2013.

Na campanha da *Avaaz* contra a construção da Usina Hidrelétrica de Belo Monte, a organização enviou oito *e-mails* entre 13/01/2011 e 27/08/2012 para mobilizar diferentes oportunidades de participação aos seus membros: duas petições, duas chamadas de ações para fazer ligações telefônicas e duas outras para envio de mensagens para alvos pré-determinados. Como pode ser observado no Quadro 2 acima, a petição com mais assinaturas (752.581) foi construída com o envio de três alertas de *e-mail* nos meses de janeiro e fevereiro de 2011, tendo como alvo a presidente Dilma Rousseff, que também foi alvo das campanhas de ligações telefônicas empreendidas pelos membros da *Avaaz*. Em outra petição, que obteve em torno de 70 mil assinaturas, o alvo foi o presidente do BNDES, tendo em vista que o banco financeiro parte considerável das obras da usina. Em uma campanha de envio de mensagens, o Ministro Ayres Britto, então presidente do STF foi o alvo, enquanto a presidente Dilma Rousseff teve a companhia dos Ministros Antônio Patriota e Maria do Rosário Nunes como alvos de outra campanha de envio de mensagens.

Em torno de 900 mil ações foram viabilizados pelos alertas de *e-mail* e pelo *site* da *Avaaz*, tendo ocorrido a formação de seis grupos mediante as oportunidades de participação utilizadas para mobilizar os membros. Vale destacar que as obras para a construção de Belo Monte continuam, sendo que as mobilizações empreendidas pela *Avaaz* não conseguiram sucesso, ou seja, parar as obras. Ainda assim, cabe analisar o sentido de urgência e o senso de ação coletiva presentes nos alertas de *e-mail* enviados nesta campanha.

Começando pela urgência, a petição era considerada “de emergência”, com uma meta inicial de 150 mil assinaturas, em janeiro de 2011, para ser entregue à presidente Dilma Rousseff. Em fevereiro de 2011, em novo alerta de *e-mail*, os membros da *Avaaz* eram incitados a assinar a petição, pois havia “pouco tempo” para parar Belo Monte. Esta petição foi entregue e alcançou mais de 700 mil assinaturas, bem mais que a meta inicial prevista, e ainda assim não foi suficiente para que a presidente Dilma Rousseff parasse as obras nos meses seguintes.

Assine a petição de emergência para Dilma parar Belo Monte – ela será entregue em Brasília, quando conseguirmos 150.000 assinaturas⁵¹

portanto temos pouco tempo para parar Belo Monte antes que as escavadeiras comecem a trabalhar. Vamos desafiar a Dilma no seu primeiro mês na presidência, com um chamado ensurdecedor para ela fazer a coisa certa: parar Belo Monte, assine agora⁵²

No alerta de *e-mail* “4 dias para parar Belo Monte”, a urgência aparece no assunto do *e-mail* enviado, bem como na passagem abaixo.

Nós temos apenas alguns dias para dizer à Presidente Dilma, ao Ministério das Relações Exteriores e à Secretaria de Direitos Humanos que nós estamos do lado da OEA e dos povos amazônicos.⁵³

Novamente, em dezembro de 2011, são “poucos dias” para que o BNDES decida o pacote de financiamento para Belo Monte, logo os membros da *Avaaz* são incitados a assinar logo a petição.

O pacote de financiamento para Belo Monte -- a barragem mais destrutiva do Brasil -- pode ser decidido em poucos dias.⁵⁴

Por fim, “isso pode acontecer a qualquer momento nas próximas horas” é uma expressão que aparece no alerta de *e-mail* que incita os membros da *Avaaz* a enviar mensagens ao presidente do STF.

Nesse exato momento, a nossa única chance de manter Belo Monte paralisada está nas mãos do Ministro Carlos Ayres Britto, presidente do Supremo Tribunal Federal, e isso pode acontecer a qualquer momento nas próximas horas!⁵⁵

No que diz respeito ao senso de ação coletiva, em meados janeiro de 2011, a entrega da petição dependia da ação de pelo menos 150 mil membros da *Avaaz* em assinar a mesma. Somente “a indignação geral dos brasileiros” poderia persuadir a presidente Dilma Rousseff a revogar a licença. Como em todas as campanhas que superam as metas, em outro alerta de *e-mail*, enviado em fevereiro de 2011, a *Avaaz* pede o encaminhamento do *e-mail* a todos para alcançar 500 mil assinaturas, meta muito maior que os 150 mil iniciais. Cabe destacar que a

⁵¹ E-mail “Desastre Amazônico”, recebido em 13/01/2011.

⁵² E-mail “Belo Monte: faltam 5 dias!”, recebido em 03/02/2011.

⁵³ E-mail “4 dias para parar Belo Monte”, recebido em 12/04/2011.

⁵⁴ E-mail “Belo Monte: pessoas vs. bancos”, recebido em 13/12/2011.

⁵⁵ E-mail “Belo Monte: respeito à constituição já”, recebido em 27/08/2012.

Avaaz reuniu mais de 700 mil assinaturas nesta petição, tendo enviado três alertas de *e-mail* para isso.

Assine a petição de emergência para Dilma parar Belo Monte – ela será entregue em Brasília, quando conseguirmos 150.000 assinaturas⁵⁶

Somente uma mostra da indignação geral de brasileiros de todo o país conseguirá persuadir ela a revogar a licença. Nós sabemos que a pressão funciona!⁵⁷

Encaminhe este *email* para todos -- vamos conseguir 500.000.⁵⁸

Em um dos alertas de *e-mail* em que a estratégia foi enviar mensagens na tentativa de aumentar a pressão, além da ação (de enviar a mensagem), a organização pedia a divulgação da campanha.

Vamos aumentar a pressão sobre o governo, agindo e divulgando esta campanha.⁵⁹

Em outro alerta de *e-mail*, a ideia de ação coletiva passou pela manifestação de um número suficiente de brasileiros, por exemplo, efetuando ligações telefônicas para a presidente Dilma Rousseff em um curto espaço de tempo.

O governo ainda pode impedir Belo Monte e desenvolver estratégias de energia alternativa sem destruir a Amazônia nem violar os direitos dos povos indígenas e ribeirinhos da região, mas isso só vai acontecer se um número suficiente de brasileiros se manifestarem.⁶⁰

A união das vozes dos membros da Avaaz com o povo do Xingu simboliza uma forma de ação coletiva que procurava colocar em xeque o financiamento das obras de Belo Monte no alerta de *e-mail* que comunicava uma petição.

Vamos unir nossas vozes com o povo do Xingu para impedir nosso governo de usar dinheiro público para assinar a sentença de morte da Amazônia.⁶¹

Em cada alerta de *e-mail*, geralmente no final, a Avaaz procurava recapitular suas conquistas, sendo que a campanha pela Ficha Limpa foi a principal delas no Brasil, como forma de mostrar que as mobilizações podem ser bem-sucedidas.

No passado, ajudamos o maior movimento de combate à corrupção eleitoral do Brasil dando apoio na mobilização da Lei da Ficha Limpa e até que ela virasse realidade. E em todo o mundo, membros da Avaaz têm ajudado a soar o alarme para as injustiças, salvar vidas e fazer a diferença. Vamos nos unir mais uma vez, e mostrar nossas vozes e coragem para salvar a Amazônia de uma vez por todas.⁶²

⁵⁶ E-mail “Desastre Amazônico”, recebido em 13/01/2011.

⁵⁷ E-mail “Urgente! Pare Belo Monte”, recebido em 28/01/2011.

⁵⁸ E-mail “Belo Monte: faltam 5 dias!”, recebido em 03/02/2011.

⁵⁹ E-mail “4 dias para parar Belo Monte”, recebido em 12/04/2011.

⁶⁰ E-mail “Brasil: apóie o cacique Raoni”, recebido em 10/06/2011.

⁶¹ E-mail “Belo Monte: pessoas vs. bancos”, recebido em 13/12/2011.

⁶² E-mail “Belo Monte: respeito à constituição já”, recebido em 27/08/2012.

2.5.3. Código Florestal

O novo Código Florestal Brasileiro foi um projeto de lei que visava reformar o Código Florestal promulgado em 1965. O projeto ficou em tramitação durante 12 anos na Câmara dos Deputados, suscitando polêmicas entre a bancada ruralista e os ambientalistas. A Câmara aprovou o projeto em maio de 2011. Em maio de 2012, a presidente Dilma Rousseff vetou 12 pontos da lei e modificou outros 32 artigos, em grande parte sob pressão de ambientalistas e ruralistas, caracterizando um voto parcial.

Na campanha contra as mudanças no Código Florestal, a Avaaz enviou nove *e-mails* incitando ações de seus membros entre 14/12/2010 e 24/05/2012. Tratava-se de agir durante a tramitação do projeto na Câmara e no Senado. Neste sentido, diferentes oportunidades de participação foram adotadas: cinco alertas de *e-mail* enviados para comunicar duas diferentes petições, dois estimulando que os membros efetuassem ligações telefônicas para alvos pré-determinados e outros dois comunicando a possibilidade de enviar mensagens para alvos estabelecidos, o que pode ser visto no Quadro 3 abaixo.

Quadro 3 – Campanha Código Florestal

Data	Título <i>e-mail</i>	Oportunidades de Participação	Alvo	Membros mobilizados
14/12/2010	Poucas horas para salvar as florestas	Ligações telefônicas	Líderes dos partidos na Câmara que são contra o Código Florestal	Não informado
24/05/2011	12 horas para salvar as florestas	Envio de mensagens	Presidente Dilma Rousseff	130.481
23/06/2011	Assassinato na Amazônia	Petição	Presidente Dilma Rousseff	Não informado
17/08/2011	Amazônia em risco: faltam 3 dias	Petição	Presidente Dilma Rousseff	2.188.870
28/11/2011	Dilma: Salve a Amazônia	Envio de mensagens	Presidente Dilma Rousseff	65.004
13/03/2012	Horas para barrar o Código Florestal	Ligações telefônicas	Líderes do PT e PMDB na Câmara	Não informado
07/05/2012	Brasil: Veta Dilma	Petição	Presidente Dilma Rousseff	2.188.870
14/05/2012	Veta Dilma – repercussão incrível			
24/05/2012	Algumas horas para salvar a Amazônia – vamos chegar a 2 milhões			

Fonte: Avaaz, a partir dos alertas de *e-mail* recebidos entre 2011 e 2013

Nesta campanha, a presidente Dilma Rousseff conformava o principal alvo, tendo em vista seu poder de voto sobre as decisões legislativas que estavam em jogo. Em segundo plano, os líderes de partidos no Congresso foram alvos de estratégias que incitavam os membros da Avaaz a efetuarem ligações telefônicas para eles.

Apesar de não ter tido acesso ao número de membros mobilizados por uma das petições lançadas neste período, o volume de membros mobilizados pela segunda petição foi

muito superior às duas ocasiões em que a *Avaaz* solicitou envio de mensagens aos seus membros. Cabe destacar que foram quatro *e-mails* enviados para conseguir mais de dois milhões de assinaturas, inclusive de fora do *mailing* brasileiro, caracterizando uma petição global, ou seja, que foi enviada para além dos membros brasileiros. Foram quase 2,5 milhões de ações mediadas pelos alertas de *e-mail* e pelo *site*, configurando quatro grupos diferentes que foram sendo formados pelo ator-rede *Avaaz*.

Nesta campanha, não houve uma vitória, tendo em vista que a presidente Dilma Rousseff vetou parcialmente o projeto de lei e não por inteiro como estava sendo demandado na campanha da *Avaaz* e de outros movimentos sociais. Assim, estabilizadas as controvérsias nos alertas de *e-mail*, interessa destacar que o sentido de urgência na campanha contra o novo Código Florestal pode ser visto nos títulos dos alertas de *e-mail*, bem como, inicialmente, na mensagem que incita os membros a ligarem para os deputados, sendo que o tempo disponível seria de apenas “algumas horas”.

Nós só temos algumas horas para ligar para os Deputados e bloquear a proposta de urgência!⁶³

Novamente, apenas algumas horas — neste caso, “12 horas” — remetem a uma ação que deve ser realizada urgentemente no sentido de uma mobilização para salvar as florestas, através do envio de mensagens para a presidente Dilma Rousseff.

As próximas 12 horas são críticas, vamos gerar uma mobilização massiva para salvar nossas florestas.⁶⁴

Na petição “Assassinato na Amazônia”, a palavra “agora” traduz bem a urgência para que os membros da *Avaaz* se mobilizem, mediante o esvaziamento do Código Florestal.

A Câmara dos Deputados acaba de aprovar o esvaziamento do Código Florestal brasileiro. Se não nos mobilizarmos agora, enormes extensões de nossas florestas poderão ficar vulneráveis a um devastador desmatamento.⁶⁵

A expressão apelativa “temos apenas algumas horas” dá o tom da urgência necessária aos membros para que estes liguem para os deputados que iriam votar as mudanças no Código Florestal.

Temos apenas algumas horas! Vamos exigir que a Câmara dos Deputados impeça a votação e abra o projeto de lei para uma discussão democrática. Ligue para os líderes da Câmara dos Deputados agora e, em seguida, compartilhe com todos!⁶⁶

Por fim, na petição que mobilizou mais de dois milhões de membros da *Avaaz* ao redor do mundo, a expressão “temos apenas alguns dias” no primeiro *e-mail* da série de quatro que foram enviados bem como o “não temos tempo a perder”, no segundo alerta de *e-mail*, traduzem a urgência, tendo em vista que a presidente Dilma Rousseff poderia tomar uma decisão, de voto ou não, a qualquer momento.

⁶³ E-mail “Poucas horas para salvar as florestas”, recebido em 14/12/2010.

⁶⁴ E-mail “12 horas para salvar as florestas”, recebido em 24/05/2011.

⁶⁵ E-mail “Assassinato na Amazônia”, recebido em 23/06/2011.

⁶⁶ E-mail “Horas para barrar o Código Florestal”, recebido em 13/03/2012.

Temos apenas alguns dias para dar à Dilma o apoio público que ela precisa para se posicionar contra a pressão política. Tanto agora como em outras ocasiões, mostramos que nossas assinaturas são mais fortes do que a maioria dos interesses corruptos e egoístas -- vamos lembrar a Dilma do poder de sua caneta para salvar as florestas e a saúde do futuro do mundo.⁶⁷

Não temos tempo a perder – ela pode tomar uma decisão a qualquer momento. Vamos dar mais força à nossa petição de 1,2 milhão de assinaturas.⁶⁸

Já o senso de ação coletiva pode ser percebido em cada uma das mensagens, acompanhado de um tom dramático ou emotivo, como na tentativa de “inundar” de telefonemas os deputados contrários ao Código Florestal.

Vamos gerar um chamado urgente inundando todos os líderes dos partidos que são contra o Código Florestal com telefonemas pedindo para eles removerem o pedido de urgência.⁶⁹

Ao estimular uma “avalanche” de mensagens dos membros, a *Avaaz* tenta promover uma forma específica de ação coletiva.

É hora de mostrar nosso poder e enviar uma avalanche de mensagens ao governo pedindo que a Presidente Dilma e os líderes partidários impeçam o enfraquecimento do Código Florestal. Envie sua mensagem agora!⁷⁰

Na petição “Assassinato na Amazônia”, da qual não consegui apurar o número de membros mobilizados, a ação coletiva aparece claramente na mensagem “depende de todos nós nos mobilizarmos” para “salvar nossas florestas”.

Agora, depende de todos nós nos mobilizarmos para calar esses lobbies. Vamos nos unir agora em um gigantesco apelo para dar fim aos assassinatos e à exploração ilegal de madeira e salvar nossas florestas.⁷¹

Um senso de ação coletiva aparece na estratégia de envio de mensagens diretas para a presidente Dilma Rousseff, como forma de reforçar a entrega da petição.

Nos últimos três anos, os membros da *Avaaz* no Brasil deram grandes passos em direção ao mundo que queremos. Amanhã nos juntaremos a corajosos líderes indígenas, movimentos sociais e crianças para entregar nossa massiva petição de 1,2 milhões de assinaturas para o gabinete da Dilma. Mas, nossa força será duplicada se todos nós enviarmos mensagens diretas para Dilma proteger a Amazônia, nosso mais precioso recurso global.⁷²

Da mesma forma que “uma enorme onda do poder do povo” remete a uma ação coletiva na estratégia de efetuar ligações telefônicas para líderes de partido no Congresso.

⁶⁷ E-mail: “Dilma, salve a Amazônia!”, recebido em 28/11/2011.

⁶⁸ E-mail “Brasil: Veta Dilma”, recebido em 07/05/2012.

⁶⁹ E-mail “Poucas horas para salvar as florestas”, recebido em 14/12/2010.

⁷⁰ E-mail: “12 horas para salvar as florestas”, recebido em 24/05/2011.

⁷¹ E-mail “Assassinato na Amazônia”, recebido em 23/06/2011.

⁷² E-mail: “Dilma, salve a Amazônia!”, recebido em 28/11/2011.

Entretanto, uma enorme onda do poder do povo agora poderá atrasar a votação e virar a maré contra o projeto de lei.⁷³

Por fim, na petição que atingiu mais de dois milhões de membros ao redor do mundo, a *Avaaz* associa a assinatura na petição às marchas que iriam ocorrer com outros movimentos, estimulando que a divulgasse para as redes de contato daqueles que assinaram.

[Clique aqui para assinar a petição e se juntar a marcha para salvar a Amazônia!](#)
Nossos números serão mostrados em faixas na frente das marchas que acontecerão em todo o país⁷⁴.

[Clique abaixo para salvar a Amazônia e divulgue essa campanha para todos – quando alcançarmos 2 milhões de assinaturas a *Avaaz* juntará forças com ex-ministros do Meio Ambiente para entregar a petição diretamente para Dilma⁷⁵.](#)

2.6. Uma Análise Textual dos Alertas de *E-mail*

Nesta seção, dedico-me a uma análise da estabilização das controvérsias (LATOUR, 2005) nos alertas de *e-mail*, que também podem ser vistos como quadros de significação (SNOW & BENFORD, 1992). Além de uma alternância de cenários entre o “mundo em que vivemos” e o “mundo que a maioria das pessoas querem”, existem elementos textuais que chamam atenção nos argumentos mobilizados nos alertas de *e-mail* enviados aos membros da *Avaaz*. De um modo geral, posso destacar um senso de ação coletiva acompanhado de um sentido de urgência e de um tom emocional nas diferentes escalas de atuação da *Avaaz*.

Nas mensagens de *e-mail* fabricadas pela equipe profissional, pude verificar uma tentativa de estabilizar as controvérsias entre dois cenários que se alternam nas mensagens: o “mundo em que vivemos” e o “mundo que a maioria das pessoas querem”. Latour (2005) destaca três movimentos distintos para compreender como as controvérsias são estabilizadas pelos atores em um determinado fluxo de ações: uma relocalização do global; uma redistribuição do local; e uma conexão entre o global e o local que foram identificados nos dois momentos anteriores, enfatizando os meios que possibilitam compreender o social como um fluxo de associações. O autor entende que os conectores entre o global e o local que transportam agência de forma eficiente podem ser encontrados nas entidades, nos movimentos, nas forças, nos objetos e nas associações que estabilizam as controvérsias, como o alerta de *e-mail* por exemplo.

Através de cenários que se alternam no corpo das mensagens, o objetivo da *Avaaz* ao enviar o alerta de *e-mail* é fazer com que o membro escolha entre a mudança proposta pela campanha em questão, participando da mesma, ou a manutenção do estado de coisas atual, no caso de deixar de participar. Assim, todas as mensagens trazem cenários referentes ao “mundo em que vivemos” que se alternam com outros cenários referentes ao “mundo que a maioria das pessoas quer”, como nas palavras do *Campaign Director* entrevistado.

Aquele *e-mail* é um esforço de fazer as pessoas terem as informações que a gente acha necessárias e de convencer. Tem um processo deliberativo, se você reparar sempre a gente tenta trazer um argumento contrário, não é neutro, mas a ideia é tentar fazer um processo deliberativo ali. E a gente coloca as informações que a gente acha necessárias para isso (...) no *e-mail*, o objetivo é muito específico: falar

⁷³ E-mail “Horas para barrar o Código Florestal”, recebido em 13/03/2012.

⁷⁴ E-mail “Amazônia em risco: faltam 3 dias”, recebido em 17/08/2011.

⁷⁵ E-mail “Brasil: Veta Dilma”, recebido em 07/05/2012.

pras pessoas as informações que elas querem e as informações adversárias para que elas se convençam, de verdade, que vale a pena assinar (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

Procuro evidenciar esta alternância entre o “mundo em que vivemos” e o “mundo que a maioria das pessoas querem” na busca por estabilizar as controvérsias a cada campanha em um único alerta de *e-mail*. Para tal, reproduzo na Figura 4 um alerta de *e-mail* que recebi no dia 11 de maio de 2011, cujo assunto era “24 horas para impedir a pena de morte a gays em Uganda”. Esta campanha conseguiu em torno de 1,7 milhões de assinaturas em uma petição. Entre os alvos estavam o presidente de Uganda, Museveni, bem como membros do comitê de revisão, o parlamento do país africano e governos que doam recursos a este país.

Figura 4 – Texto do alerta de *e-mail* “24 horas para impedir a pena de morte a gays em Uganda

Caros amigos,

Em 24 horas, O parlamento de Uganda pode votar uma nova lei brutal que prevê a pena de morte para a homossexualidade. Milhares de ugandenses poderiam enfrentar a execução - apenas por serem gays.

Nós ajudamos a impedir esta lei antes, e podemos fazê-lo novamente. Depois de uma manifestação global massiva ano passado, o presidente ugandense Museveni bloqueou o progresso da lei. Mas os distúrbios políticos estão crescendo em Uganda, e extremistas religiosos no parlamento estão esperando que a confusão e violência nas ruas distraia a comunidade internacional de uma segunda tentativa de aprovar essa lei cheia de ódio. Nós podemos mostrar a eles que o mundo ainda está observando. Se bloquearmos o voto por mais dois dias até que o parlamento feche, a lei expirará para sempre.

Nós não temos tempo a perder. Quase metade de nós já se juntou ao chamado - vamos chegar a **um milhão de vozes contra a pena de morte para gays em Uganda nas próximas 24 horas** - clique aqui para agir, e então encaminhe este e-mail para todos:

http://www.avaaz.org/po/uganda_stop_homophobia_petition/?vl

Ser gay em Uganda já é perigoso e aterrorizante. Eles são frequentemente assediados e espancados, e apenas há alguns meses o ativista de direitos gays David Kato (foto acima), foi brutalmente assassinado em sua própria casa. Agora os ugandenses da LGBT são ameaçados por essa lei draconiana que impõe prisão perpétua a pessoas condenadas por relações com o mesmo sexo e **apena de morte para "ofensores sérios"**. Até mesmo ONGs trabalhando para prevenir a disseminação do HIV podem ser condenadas por "promover a homossexualidade" sob essa lei cheia de ódio.

Agora mesmo, **Uganda está em tumulto político** - na onda da primavera árabe, pessoas em todo o país estão tomando as ruas, protestando contra os altos preços de comida e gasolina. O presidente Museveni respondeu reprimindo violentamente a oposição. **Essa revolta forneceu aos extremistas religiosos no parlamento a chance perfeita de tirar da gaveta a lei homofóbica** apenas dias antes do parlamento ser fechado e todas as leis propostas serem apagadas dos livros.

Em 24 horas, Uganda pode aprovar uma lei que impõe a pena de morte para a homossexualidade. Uma manifestação internacional engavetou essa lei no ano passado - nós precisamos aumentar a pressão urgentemente para **pressionar o presidente Museveni a apoiar os direitos humanos** e impedir essa lei brutal. Assine abaixo, e conte a todos:

O presidente Museveni desistiu desta lei no ano passado depois da pressão internacional ameaçar o suporte e

auxílio a Uganda. Com protestos violentos varrendo as ruas, seu governo está mais vulnerável que nunca. Vamos fazer uma petição com a força de um milhão para impedir a lei da pena de morte para gays novamente e salvar vidas. **Nós temos apenas 24 horas - assine abaixo, e então conte a amigos e família:**

http://www.avaaz.org/po/uganda_stop_homophobia_petition/?vl

Este ano nós nos solidarizamos com o movimento de igualdade de Uganda para mostrar que toda vida humana, não importa o credo, nacionalidade ou orientação sexual, é igualmente preciosa. Nossa petição internacional condenando a lei da pena de morte para gays foi entregue ao parlamento - impulsionando uma rede de notícias globais e pressão suficiente para bloquear a lei por meses. Quando um jornal publicou 100 nomes, fotos e endereços de suspeitos gays e os identificados foram ameaçados, a Avaaz auxiliou uma ação legal contra o jornal e nós ganhamos! Juntos **nós nos levantamos, por vezes e vezes, pela comunidade gay de Uganda - agora eles precisam de nós mais que nunca.**

Com esperança e determinação, Emma, Iain, Alice, Morgan, Brianna e o resto da equipe da Avaaz

FONTES:

Homossexualidade a um passo de ser motivo para pena de morte na Uganda

http://www.publico.pt/Mundo/homossexualidade-a-um-passa-de-ser-motivo-para-pena-de-morte-na-uganda_1493436

Uganda enfrenta o fundamentalismo cristão

<http://www.outraspalavras.net/2011/05/03/uganda-enfrente-o-fundamentalismo-cristao/>

Apoie a comunidade da Avaaz! Nós somos totalmente sustentados por doações de indivíduos, não aceitamos financiamento de governos ou empresas. Nossa equipe dedicada garante que até as menores doações sejam bem aproveitadas -- [clique para doar](#).

A Avaaz é uma rede de campanhas globais de 8 milhões de pessoas que se mobiliza para garantir que os valores e visões da sociedade civil global influenciem questões políticas internacionais. ("Avaaz" significa "voz" e "canção" em várias línguas). Membros da Avaaz vivem em todos os países do planeta e a nossa equipe está espalhada em 13 países de 4 continentes, operando em 14 línguas. Saiba mais sobre as nossas campanhas [aqui](#), nos siga no [Facebook](#) ou [Twitter](#).

Esta mensagem foi enviada para celocastaneda@gmail.com. Para mudar o seu email, língua ou outras informações, entre em contato pelo link <http://www.avaaz.org/po/contact/?footer>. Não quer mais receber nossos alertas? Para decadastrar envie um email para unsubscribe@avaaz.org ou [clique aqui](#).

Para entrar em contato com a Avaaz, **não responda este email**, escreva para nós no link www.avaaz.org/po/contact.

Fonte: Avaaz, alerta de e-mail recebido em 11/05/2011.

No alerta de e-mail acima reproduzido, as partes que perfazem um cenário do “mundo em que vivemos” relocaliza as questões globais LGBT ao contexto de Uganda, o que pode ser visto nos seguintes parágrafos: 1º (possibilidade de votação de uma lei que estabelece pena de morte para homossexuais), 4º (os perigos e a violência sofrida pelos gays em Uganda) e 5º (o tumulto político possibilitou que extremistas religiosos tirassem a lei homofóbica da gaveta).

Já as partes do cenário “o mundo em que a maioria das pessoas querem” procura redistribuir este contexto com as possibilidades de mudança e atores que estão em jogo, podendo ser visto nos seguintes parágrafos: 2º (a lei já foi impedida antes mediante uma manifestação global massiva e isso pode se repetir), 3º (proposta de ação coletiva: chegar a 1 milhão de assinaturas na petição) e 6º (o presidente é vulnerável a pressão internacional). Assim, o alerta de e-mail possibilita uma estabilização das controvérsias nas conexões entre o

global e o local, procurando ser uma ponte entre o “mundo em que vivemos” e o “mundo que a maioria das pessoas querem”.

Numa análise da estrutura deste alerta de *e-mail*, alguns outros elementos. Cabe destacar os dois *links* (um depois do 3º e outro depois do 6º parágrafo) que levam os membros que neles clicassem a uma área do *site* para que assinem a petição. Logo no início, no lado direito, uma caixa apresenta um resumo do texto, também com um *link* que transporta o membro para uma área do *site* para que eles possam assinar a petição. No 7º parágrafo, outra característica dos alertas de *e-mail*: é feito um fechamento do *e-mail*, recapitulando outros momentos de sucesso com campanhas que tenham temas relacionados.

Na parte final do alerta de *e-mail* geralmente aparecem alguns *links* para acessar notícias sobre o contexto em questão, bem como para efetuar uma doação à *Avaaz*. Mais abaixo, aparece uma breve descrição da organização, com outros *links* que abrem diferentes possibilidades: saber mais sobre as campanhas; “seguir” a *Avaaz* no *Facebook* e *Twitter*; mudar configurações; deixar de receber os alertas; e contatar a organização.

Considerando que o apelo da mensagem é crucial para atrair a atenção do público mobilizado pela *Avaaz*, no momento em que o indivíduo recebe o *e-mail*, portanto, está em jogo manter o estado de coisas no cenário “mundo em que vivemos” ou agir no sentido do “mundo que a maioria das pessoas querem”. Isto caracterizaria um “processo deliberativo”, para usar os termos do *Campaign Director* entrevistado, que pode levar a um clique no *link* que deflagra a participação dos membros na ação proposta, bem como abre possibilidade de compartilhar com a rede de contatos de muitos membros, o que pode aumentar a base de membros da *Avaaz*.

Além de estabilizadores de controvérsias, os alertas de *e-mail* que divulgam as campanhas de *Avaaz* podem ser vistos como quadros de significação. Snow & Benford (1992) entendem os quadros de significação de uma ação coletiva como enquadramentos interpretativos formulados tanto por indivíduos como por organizações ou grupos. Os processos de alinhamento destes quadros de significação são fundamentais para promover a mobilização e o engajamento em atividades dos movimentos por meio de conexões entre os quadros de significação individuais e os das organizações dos movimentos sociais. Além disso, também servem para fazer diagnósticos (identificação do problema) e prognósticos (resolução do problema). Os autores assinalam que estes quadros de significação cumprem três funções: demarcação, atribuição e articulação.

Em sua função de demarcação, os quadros de significação de uma ação coletiva servem como dispositivos destacados tanto para sublinhar e realçar a seriedade e injustiça de uma condição social, quanto para redefinir como injusto e imoral o que era visto como algo tolerável. Os ativistas e os indivíduos que se engajam em uma causa empregam os quadros de significação para pontuar e destacar alguma condição social existente ou aspecto da vida, definindo-o como injusto, intolerável e merecedor de uma ação corretiva. Entretanto, este enquadramento não é suficiente para ditar a direção e a natureza da ação coletiva. Para tal, algum senso de culpa ou de causalidade deve ser especificado, bem como de responsabilidade pela ação corretiva. Nos alertas de *e-mail* analisados, a alternância dos cenários “mundo em que vivemos” e “mundo que a maioria das pessoas querem” pode ser associado à função demarcação.

Na função dos modos de atribuição, de um lado, os quadros de significação de uma ação coletiva servem para fazer diagnósticos, sendo que os ativistas atribuem culpa por alguma condição problemática ao identificar agentes culpados, sejam eles indivíduos ou processos e estruturas coletivas; de outro, para fazer prognósticos ao sugerir uma linha de ação para melhorar o problema e atribuir responsabilidade para executar a ação. A atribuição

de um diagnóstico tem relação com a identificação do problema, enquanto o prognóstico com a resolução do problema. Geralmente, considerando os alertas de *e-mail* enviados pela *Avaaz* os cenários “mundo em que vivemos” estão associados aos diagnósticos enquanto que os cenários “mundo que a maioria das pessoas querem” se associam aos prognósticos.

Além disso, os quadros de significação permitem aos ativistas articular e alinhar uma série de eventos e experiências que os unem em um estilo unificado e pleno de sentido. Eles sinalizam e cortejam dispositivos que decodificam e embalam partes da realidade observada e experimentada para que as experiências ou eventos subsequentes não precisem de uma nova interpretação. Os tópicos de informação pontuados e codificados podem ser diversificados e até incongruentes, mas são articulados e alinhados de forma tal que o que era anteriormente inconcebível ou pelo menos não claramente articulado, agora se torna significativamente interligado. Então, o que confere novidade aos quadros de significação de uma ação coletiva não se relaciona tanto com ideias inovadoras, mas com a maneira pela qual os ativistas as articulam ou juntam. De certa forma, o alerta de *e-mail* como um todo assume essa função de articulação e alinhamento, podendo ser visto como um quadro de significação. A seguir me volto para três elementos que marcam os alertas de *e-mail* enviados pela *Avaaz*, ou seja, o senso de ação coletiva, a urgência e o tom emocional.

2.6.1. Senso de ação coletiva

Um senso de ação coletiva é fortemente invocado em todas as mensagens que comunicam as campanhas. Com os alertas de *e-mail* enviados, a *Avaaz* busca mostrar a importância da participação dos membros nas ações propostas, bem como incentivar esta participação e mobilização das redes de contatos pessoais de cada membro. A organização entende seus membros como uma comunidade que pode fazer a diferença para diminuir as lacunas entre o “mundo em que vivemos” e o “mundo que a maioria das pessoas querem”. Neste sentido, a mobilização de diferentes indivíduos configura uma forma de ação coletiva específica das sociedades contemporâneas.

O sentido de ação coletiva vem principalmente de que a *Avaaz* entende os 16 milhões de membros como uma comunidade, que agindo coletivamente pode fazer a diferença no mundo, pode diminuir o *gap* que há o mundo que temos e o mundo que a maioria das pessoas em várias partes do mundo quer. Então, o que a *Avaaz* faz nos e-mails é construir esse sentido de ação coletiva porque não se trata de eu ou você apenas assinando uma petição, mas se eu, você e mais uma série de outras pessoas assinarem esta petição paulatinamente a gente vai estar fazendo a diferença. Uma pessoa sozinha não vai fazer diferença alguma. Então *Avaaz* também apresenta, meio que transpassa, esse sentido de coletividade nos e-mails (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

Até mesmo a saudação inicial dos alertas de *e-mail* — geralmente um “Caros Amigos”, como no alerta reproduzido acima — remete a este sentido de coletividade. Isso fica evidente quando analisamos os termos utilizados na argumentação das diferentes campanhas e escalas, como em algumas delas destacadas abaixo, em que predominam chamamentos coletivos como “vamos apoiar”, “todos nós nos mobilizarmos”, “vamos unir”, “podemos transformar”. Junto deste sentido de ação coletiva, a *Avaaz* solicita que os membros ajam, seja clicando no *link* para assinar uma petição, enviar uma mensagem, efetuar uma doação ou fazer uma chamada telefônica, seja para que os membros mobilizem suas redes de contatos por *e-mail* ou no *Facebook* ou *Twitter*.

Mianmar já sofreu demais. Vamos apoiar esta mulher incrível e ajudá-la a pôr seu país no caminho da democracia. Siga o *link* abaixo para incluir sua assinatura na petição e encaminhe este e-mail para chamar mais pessoas para nossa campanha⁷⁶.

Setenta e nove por cento dos brasileiros querem que Dilma vete as mudanças no Código Florestal, mas nossas vozes estão sendo desafiadas por lobbies de madeireiros. Agora, depende de todos nós nos mobilizarmos para calar esses *lobbies*. Vamos nos unir agora em um gigantesco apelo para dar fim aos assassinatos e à exploração ilegal de madeira e salvar nossas florestas. Assine o abaixo-assinado a seguir - ele será entregue a Dilma assim que conseguirmos 500.000 assinaturas⁷⁷.

O pacote de financiamento para Belo Monte -- a barragem mais destrutiva do Brasil -- pode ser decidido em poucos dias. Vamos unir nossas vozes com o povo do Xingu para impedir nosso governo de usar dinheiro público para assinar a sentença de morte da Amazônia⁷⁸.

Muitos políticos sabem que a atual política de drogas é um fracasso total, mas eles têm medo de admitir por medo da reação pública. Se mostrarmos que há apoio público a esta nova proposta, podemos transformar nosso modelo falido e salvar vidas. Assine essa petição e compartilhe com seus amigos para mostrar que queremos mudar⁷⁹.

2.6.2. Urgência

Além da representação de uma ação coletiva em curso nos alertas de *e-mail*, o sentido de urgência na argumentação das mensagens enviadas aos membros remete a uma ação rápida que os membros devem realizar nos curtos limites temporais de cada enquadramento de campanha. A *Avaaz* não parece ser uma organização que está presente desde o início na maioria dos diferentes processos de luta nas quais se engaja, mas que entra em ação depois, como se fosse um “algo mais”. Assim, quando faltam poucos dias ou poucas horas, a *Avaaz* convoca seus membros para que eles entrem em ação.

Nos alertas de *e-mail* recebidos, a urgência aparece com frequência e assume um papel importante na mobilização dos indivíduos que estão lendo o *e-mail*, tendo em vista que elas geralmente efetuam uma leitura rápida antes de decidir assinar. Desta forma, os termos “urgência”, “urgentemente”, “agora” e “emergência” são recorrentemente utilizados nas mensagens enviadas aos membros da *Avaaz*.

Vamos nos unir com urgência para empurrar nossos líderes para fora da dúvida e do medo, para cruzar a fronteira e entrar no domínio da razão⁸⁰.

Vamos urgentemente apelar à Comissão e ao Tribunal para oferecer uma completa e justa audiência ao ACTA, e garantir que toda a verdade sobre essa ameaça às nossas liberdades fundamentais seja revelada. Assine agora e envie para todos⁸¹.

A Amazônia está correndo grande risco. A Câmara dos Deputados brasileira aprovou o esvaziamento do Código Florestal. Se não nos mobilizarmos agora, enormes

⁷⁶ E-mail recebido em 01/07/2011, campanha “Apóie Aung San Suu Kyi”.

⁷⁷ E-mail recebido em 23/06/2011, campanha “Assassinato na Amazônia”.

⁷⁸ E-mail recebido em 13/12/2011, campanha “Belo Monte – pessoas vs. bancos”.

⁷⁹ E-mail recebido em 11/07/2012, campanha “Brasil – uma solução para as drogas”.

⁸⁰ E-mail recebido em 26/05/2011, campanha “A guerra mais sem sentido do mundo”.

⁸¹ E-mail recebido em 02/03/2012, campanha “ACTA – Hora de vencer”.

extensões de nossas florestas poderão ficar vulneráveis a um devastador desmatamento⁸².

Poucos dias atrás nos disseram que era impossível impedir a censura corporativa, mas agora isso está no ponto alto e surpreendentemente nós podemos ganhar! Vamos parar a censura dos EUA hoje. Assine esta petição de emergência para salvar a Internet agora e envie para todos⁸³.

Nas entrevistas com profissionais da *Avaaz*, fica claro que esta urgência caracteriza o modelo da organização como um todo por trabalhar com múltiplos temas para diferentes públicos e momentos de mobilização, mas também o momento em que passa a agregar valor pela sua capacidade de mobilizar muitos indivíduos de forma rápida, quase instantânea, diferenciando-se de outras organizações.

Eu acho que esse senso de urgência tem muito a ver com os momentos em que a *Avaaz* entra nessas campanhas. É óbvio que existem outras organizações e grupos ou cobertura de mídia cobrindo os assuntos específicos ao longo do tempo. Acho que o senso de urgência é para, de fato, trazer para os membros da *Avaaz* em qual momento de toda essa discussão de um tema que a gente está e que é o modelo da *Avaaz*, trabalhar com os momentos de urgência porque é uma organização que trabalha com múltiplos temas, temas diferentes que tem públicos diferentes. Eu vejo esse senso de urgência como o momento em que a *Avaaz* passa a agregar valor porque consegue mobilizar rapidamente um milhão de pessoas para assinar uma petição enquanto três ou quatro membros da equipe e mais voluntários vão organizar a entrega desta petição ao Parlamento Europeu em 24 horas. Então esse senso de urgência é uma qualidade inerente da *Avaaz* porque é modelo da organização, a forma como trabalha, com menos atividades de longo prazo e mais atividades urgentes e isso se reflete no sentido de urgência colocado nos e-mails (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

a questão da urgência, que é fundamental por dois motivos. Primeiro porque, de fato, a capacidade da *Avaaz* mobilizar muito rapidamente em casos urgentes é enorme. (...) Então tem essa coisa de que essa é uma característica para conseguir mobilizar. O outro ponto é que as pessoas se mobilizam mais para coisas urgentes. Se eu dizer que daqui a quinze dias vai acontecer alguma coisa, as pessoas assinam menos do que se eu disser que daqui a vinte e quatro horas (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

2.6.3. Tom emocional

Os alertas de *e-mail* também procuram reproduzir um certo drama, presente nas mobilizações coletivas, sendo que um tom emocional nas mensagens, que caracteriza o fazer político de uma forma geral, visa chamar a atenção dos membros para a importância de agir sobre o contexto que a *Avaaz* propõe na rapidez e instantaneidade do tempo de leitura de um *e-mail*. O objetivo, com isso, é “finalizar uma ação sobre determinado tema”, relacionado com causas sérias e comunicado a um indivíduo que vive em um mundo saturado de informações e estímulos pela sua atenção. De certa forma, o apelo emocional também remete a uma solidariedade da comunidade de campanhas que a *Avaaz* parece conformar.

Quanto ao tom dramático, diria se tratar de um tom emocional porque tem você a atenção da pessoa por um minuto, ou menos, que ela está lendo o *e-mail*, então tende

⁸² E-mail recebido em 17/08/2011, campanha “Amazônia em risco – faltam 3 dias”.

⁸³ E-mail recebido em 18/01/2012, campanha “Salve a internet hoje”.

ao máximo possível chamar atenção dela, passar aquele sentimento que você está sentindo enquanto constrói aquela campanha. Não quero usar a palavra convencer porque não é uma questão de convencer a pessoa, mas, de fato, mostrar pra ela o que aquela campanha representa. (...) Então acho que o que você coloca como tom dramático, é um apelo emocional para finalizar uma ação sobre determinado tema. (...) Como que você reflete o sentimento dessas pessoas que estão trabalhando nisso, pessoas totalmente próximas do tema, através de um *e-mail* para uma pessoa que tem um minuto para ler? (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

O drama, não sei se é drama é a palavra, mas esse tipo de linguagem tem duas questões. A primeira é que você, de fato, está lidando com causas que são muito sérias. As pessoas tem acesso a muita informação o tempo inteiro, estão vendo cada coisa, se chocam cada vez menos com coisas muito absurdas. Então, não estamos lidando com coisas banais. Se fosse banal não faria uma campanha. São coisas que realmente são importantes, são sérias. E você precisa se diferenciar dessa quantidade de informação e mostrar para as pessoas o quanto sério aquilo é. Então, tem esse lado de dar conta de que você tem um tema sério. Se fosse um tema banal não seria uma campanha da *Avaaz*. A outra coisa é que a política tem a ver com emoção, e essa é uma visão pessoal, acho que a *Avaaz* tem uma ligação forte, o momento que a *Avaaz* surge nos EUA, com o tipo da mudança na política americana, que justamente vai evocar a possibilidade de você sonhar, de você pensar mais longe, que gera a campanha do Obama. A *Avaaz* surge neste momento de uma ebullição na política americana, que tem muito a ver com a internet, e que tem a ver com uma nova utopia, com pensar a política com discursos que realmente possam tocar o coração das pessoas, que não seja mais a política burocrática, de “vamos fazer uma gestão eficiente”, mas algo que possa usar a emoção para que as pessoas se engajem com espírito cívico nas coisas. Depois, nos outros momentos em que a *Avaaz* cresce — a Primavera Árabe, indignados — todos esses momentos são momentos de uma ressignificação da política, de mexer muito com a emoção. A política que não mexe com a emoção é uma política que não tem a capacidade de gerar nas pessoas a sensação de alteridade, a sensação de você se engajar numa causa na qual você não é o principal atingido. A emoção é o que te leva ter espírito de solidariedade. Então, acho que o tom da emoção tem a ver com isso, não é um tom neutro, um relatório (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

Assim, um tom emocional também é uma característica presente na composição textual dos alertas de *e-mail* da *Avaaz*. Os apelos são construídos de forma a prender a atenção de quem lê, de forma rápida, um texto presente no *e-mail*. Assim, “mostrar a crueldade do comércio de ossos de leão com anúncios pungentes” chama atenção para a necessidade dos membros assinarem uma petição, logo na sequência do texto que está sendo lido pelo membro, da mesma forma que “nos proteger dos criminosos no poder” tem a mesma intenção. Por sua vez, o uso de hipérboles como “o ataque global à liberdade na Internet vai desmoronar”, “vamos dar o empurrão que eles precisam” ou mesmo “centenas de brasileiros inundaram o gabinete da Presidente Dilma com telefonemas” causam um efeito de exagero que tem por intenção capturar a atenção e emocionar o membro da *Avaaz* que está lendo o texto no alerta de *e-mail* recebido, além de complementar o sentido de urgência.

Vamos construir um estrondoso rugido global em nome dos leões. A *Avaaz* irá mostrar a crueldade do comércio de ossos de leão com anúncios pungentes - assine agora para aumentarmos o número de assinaturas rapidamente⁸⁴.

O Supremo Tribunal Federal está dividido e vai votar a constitucionalidade da lei dentro de 36 horas. Se enfatizarmos a mensagem dos juristas, mostrando um apoio

⁸⁴ E-mail recebido em 28/06/2012, campanha “1 milhão para proibir o comércio de leões”.

maciço a lei que lutamos muito para conquistar - poderemos convencer os juízes do STF a nos proteger dos criminosos no poder. Clique abaixo para assinar a petição urgente e nossas vozes serão entregues diretamente ao STF pelo Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral e através da mídia⁸⁵.

Nesse exato momento, a Europa está decidindo se ratificará ou não o ACTA -- e sem ela, o ataque global à liberdade na Internet vai desmoronar. Nós sabemos que a Europa se opôs ao ACTA anteriormente, mas alguns membros do Parlamento Europeu estão hesitando -- vamos dar o empurrão que eles precisam para rejeitar o tratado. Assine a petição -- faremos uma entrega espetacular em Bruxelas quando alcançarmos 500.000 assinaturas⁸⁶.

A Amazônia é um tesouro incalculável, por isto precisamos gerar uma indignação imediata. Nos últimos dias centenas de brasileiros inundaram o gabinete da Presidente Dilma com telefonemas, e mais de 416.260 pessoas já assinaram a petição. Agora, vamos aumentar a pressão. Assine a petição de emergência para a Dilma parar Belo Monte e proteger a Amazônia -- ela será entregue de forma espetacular com os parceiros indígenas da Avaaz em Brasília na semana que vem⁸⁷.

2.7. O “Mundo que a Maioria das Pessoas Querem”: Valores em Jogo

A Avaaz destaca que sua missão é “mobilizar pessoas de todos os países para construir uma ponte entre o mundo que vivemos e o mundo que a maioria das pessoas querem”⁸⁸. Nesta subseção, vou explorar esta “ponte” a partir dos alertas de *e-mail* da Avaaz, a fim de dar algumas indicações sobre qual seria este “mundo que a maioria das pessoas querem”. As campanhas da Avaaz trazem algumas pistas, tendo em vista que se posicionam pela democracia, pelo meio ambiente e biodiversidade, e pelos direitos humanos, bem como contra a corrupção, a guerra, as corporações, e a pobreza e desigualdade.

Na prática, fica a sensação de serem campanhas voltadas para ampla aprovação dos membros consultados, bem como para aumentar o número de membros, aumentando a capacidade de pressão, tendo em vista que torna-se difícil encontrar quem seja contrário a essas reivindicações. Então, quais são os valores que estão em jogo nestas campanhas? Vale destacar que a organização entende os valores como o que une a comunidade.

Movimentos, alianças e organizações muitas vezes, com o tempo, se fragmentam em muitos grupos menores – ou então gastam cada vez mais seu tempo tentando manter unidas os grupos rivais. Na Avaaz, reconhecemos que as pessoas de boa vontade muitas vezes discordam em temas específicos; em vez de pressionar por um consenso, cada um de nós simplesmente decide se quer ou não participar de determinada campanha.

Porém, as campanhas de base da Avaaz são um conjunto de valores; a convicção de que somos todos, primordialmente, seres humanos, privilegiados com responsabilidades para com os demais membros, para com as gerações futuras e para com o planeta de um modo geral. As questões com as quais trabalhamos são expressões específicas desses compromissos. Dessa forma, a Avaaz chega sempre a esta conclusão: as pessoas que ingressam na comunidade através de uma campanha sobre uma questão específica permanecem e participam de outras campanhas sobre outras questões. Uma de nossas fontes de grande esperança é a seguinte: nossos

⁸⁵ E-mail recebido em 08/11/2011, campanha “36 horas para proteger a Ficha Limpa”.

⁸⁶ E-mail recebido em 27/01/2012, campanha “ACTA – a nova ameaça para a rede”.

⁸⁷ E-mail recebido em 03/02/2011, campanha “Belo Monte – faltam 5 dias”.

⁸⁸ <http://avaaz.org/po/about.php> (acesso em 30/10/2013, 15:10).

sonhos estão em sintonia e, juntos, podemos construir a ponte que une o mundo em que vivemos ao mundo em que todos nós queremos viver⁸⁹.

Em uma análise das campanhas entre 2011 e 2013, os quatro principais valores presentes são a defesa da democracia, o respeito aos direitos humanos, a preservação ambiental e o combate à corrupção. Em uma escala de menor frequência podemos relacionar campanhas contra corporações e empresas, pela transparência governamental, a manutenção das espécies e a biodiversidade, a liberdade, em prol de comunidades tradicionais e contra a guerra. A seguir, procuro destacar algumas campanhas, de forma a ter um esboço do que seria este “mundo que a maioria das pessoas querem”.

Uma campanha global em que os valores associados eram a democracia, a liberdade e a transparência foi “O fim da privacidade na internet”, lançada em abril de 2012, que mostra uma parte deste “mundo que a maioria das pessoas querem”. Os alvos desta campanha eram empresas como o *Facebook*, a *Microsoft* e a *IBM*. O objetivo era pressioná-las para que elas retirassem o apoio ao CISPA (Ato de Proteção e Compartilhamento de Ciber inteligência), que pretendia dar poderes aos agentes dos EUA espionarem tudo o que qualquer um faz na rede. Essas empresas defendiam esse projeto de lei, que permite às corporações compartilhem todas as atividades e conteúdos de usuários com as agências do governo dos EUA. Neste sentido, a *Avaaz* se insere na luta por uma internet democrática, livre e transparente que compõe o cenário de um “mundo que a maioria das pessoas querem”. A petição reuniu cerca de 670 mil assinaturas, sendo compartilhada por 80 mil indivíduos no *Facebook* e 10 mil no *Twitter*.

A campanha nacional “A democracia que queremos” tinha como valores associados a democracia e a participação. Lançada em julho de 2013, na esteira dos protestos que tomaram o Brasil em junho daquele ano, tem como alvos os deputados federais que foram pressionados a votar a favor de uma Proposta de Emenda Constitucional – PEC da Iniciativa Popular, que concederia aos cidadãos brasileiros mais chances de participação no processo de criação de leis e políticas públicas. A petição reuniu cerca de 117 mil assinaturas, com 33 mil compartilhamentos no *Facebook* e cerca de 3 mil no *Twitter*. Neste caso, o cenário do “mundo que a maioria das pessoas querem” trazia a imagem de uma democracia mais participativa no Brasil, na qual uma lei de iniciativa popular precisaria de 0,5% do eleitorado brasileiro, podendo ser recolhidas *online*.

Na chave dos direitos humanos, a campanha global “Pare o ‘estupro corretivo’”, lançada em janeiro, de 2011, mobilizava contra a pobreza, o machismo e a homofobia, fazendo um chamado por justiça e a liberdade do medo, do abuso e da violência sexual. No contexto da África do Sul, Millicent Gaika foi atada, estrangulada, torturada e estuprada durante cinco horas por um homem que dizia estar curando-a do lesbianismo. Este parece ser um crime recorrente na África do Sul. O alvo da petição foi o presidente Zuma, apelando para que esse condenasse publicamente o estupro corretivo. A petição reuniu cerca de 947 mil assinaturas e leva a pensar em um mundo em que as diferentes opções sexuais são toleradas e que qualquer intolerância seja punida.

No Brasil, a campanha nacional “Fim à escravidão no Brasil” reuniu cerca de 64 mil assinaturas em uma petição que pressionava a presidente Dilma Rousseff e o Congresso Nacional a aprovar e sancionar a PEC 438/2001, que objetivava punir indivíduos que mantenham escravos, bem como confiscar terras onde forem encontradas indivíduos

⁸⁹ Disponível em <http://avaaz.org/po/about.php>, acesso em 01/01/2014, 13:48.

escravizadas para a reforma agrária. Com 13 mil compartilhamentos no *Facebook* e cerca de 2 mil no *Twitter*, o respeito aos direitos humanos constituía o principal valor desta campanha.

Uma parte das campanhas da *Avaaz* vai de encontro aos interesses de corporações e empresas. No caso da campanha global “Publique a verdade”, cujo alvo era o magnata das comunicações Rupert Murdoch, exigindo que seus veículos de comunicação publicassem a verdade sobre a ação humana sobre as mudanças climáticas, informando os cidadãos sobre o que precisa ser feito para resolver este problema. A petição, lançada em setembro de 2013, reuniu cerca de 678 mil assinaturas, com 15 mil compartilhamentos no *Facebook* e cerca de 2,5 mil no *Twitter*. Os valores associados foram a transparência e contra as corporações.

No contexto brasileiro, a *Avaaz* lançou a campanha “Brasil: Internet para Todos”, em outubro de 2011. Trata-se de uma campanha de envio de mensagens, cujo alvo era os membros do Conselho Diretor da ANATEL, que estavam a decidir pelo estabelecimento de padrões mínimos de qualidade de internet no Brasil, bem como proteger o direito de acesso à informação. Foram enviadas cerca de 68 mil mensagens aos membros do Conselho Diretor da ANATEL, com 22 mil compartilhamentos no *Facebook* e cerca de 4 mil no *Twitter*. Esta campanha foi considerada vitoriosa e os valores associados eram contrários às corporações e aos lucros obscenos de empresas, bem como por uma maior regulação do mercado.

As campanhas contra as guerras também marcam este cenário do “mundo que a maioria das pessoas querem”. Uma das mais marcantes foi a campanha contra a guerra na Síria, sendo que destaco o alerta de *e-mail* “Não suporto mais ver outra criança assassinada na Síria”, lançado em maio de 2012. A petição era direcionada para o Conselho de Segurança da ONU e seu secretário-geral, Ban Ki-Moon, e reivindicava o envio de três mil monitores internacionais para a Síria com um mandado para proteger os civis e acelerar a definição de um plano de transição política. A luta por um mundo sem violência, sem guerra e com respeito aos direitos humanos se faz presente em uma petição que reuniu cerca de 820 mil assinaturas, com 190 mil compartilhamentos no *Facebook* e 17 mil no *Twitter*.

A *Avaaz* promove campanhas globais contra a pobreza e a desigualdade, como “Predadores”, cujo alvo era o CEO da *Western Union*, Hikmet Ersek, contra as altas taxas de transferência de valores de países desenvolvidos para países pobres e em desenvolvimento. A campanha pede um limite de até 5% para todas as transferências enviadas por trabalhadores emigrantes. A petição reuniu cerca de 383 mil assinaturas e os valores associados eram a erradicação da pobreza global, o corte nos lucros obscenos das empresas e a luta contra a desigualdade.

Entre as campanhas contra a corrupção, das quais grande parte teve como contexto principal o Brasil, chamo atenção para “Ficha Limpa no Senado: Renan não！”, lançada em janeiro de 2013, que pressionava para que Renan Calheiros, um senador brasileiro, não assumisse a presidência do Senado, tendo em vista que acabara de ser denunciado criminalmente no STF. Apesar da petição reunir cerca de 465 mil assinaturas, com 144 mil compartilhamentos no *Facebook* e 18 mil no *Twitter*, Renan foi eleito presidente do Senado. Neste caso, os valores em jogo eram o combate à corrupção e a dignidade na política.

Uma das frentes principais das campanhas da *Avaaz* é temática do meio ambiente e da biodiversidade. Uma delas, global, “O plano para matar orangotangos”, lançada em maio de 2013, tinha como alvo o presidente da Indonésia, Susiilo Bambang Yudhoyono, o Ministro das Florestas, Zulkifli Hasan, e o governador de Aceh, Zaini Abdullah. O objetivo era rejeitar o plano de desmatamento da floresta tropical de Aceh, trazendo os valores da preservação ambiental e da manutenção das espécies. A petição reuniu cerca de 1,3 milhão de assinaturas, tendo 267 mil compartilhamentos no *Facebook* e 34 mil pelo *Twitter*.

Uma campanha nacional como “24 horas para impedir que a Amazônia vire um canavial”, lançada em maio de 2013, procurava vetar a produção de cana-de-açúcar na Amazônia legal. Os valores de preservação ambiental, biodiversidade e em prol das comunidades tradicionais estavam presentes no texto da campanha. Esta petição, cujos alvos eram os senadores e senadoras, reuniu cerca de 129 mil assinaturas, com 28 mil compartilhamentos no *Facebook* e cerca de 2,5 mil no *Twitter*.

De uma forma geral, as campanhas da *Avaaz* carregam valores que esboçam um “mundo que a maior parte das pessoas querem”, que seria um mundo melhor do que o “mundo que temos”. Na sua tentativa de ser “a voz da sociedade civil na política global”, esta organização procura agir em redes globais de comunicação. Destaca-se o caráter pontual das campanhas, com tudo localizado e claramente definido. Trata-se de uma forma específica de ver o mundo, pela qual a mudança se dá no fragmento, naquilo que é pontual, seja salvar as baleias, combater a corrupção, acabar com a homofobia, entre outros.

Com o envio de alertas de *e-mail* que abrem oportunidades de participação para engajamento dos membros em suas diferentes campanhas, a *Avaaz* parece configurar uma forma de contra-poder, tendo em vista que suas campanhas e ações buscam influenciar e reprogramar redes globais de comunicação em que atua mediante a composição de redes transnacionais de mobilização política com a internet. Castells (2009) entende que o poder na sociedade em rede está baseado no controle da comunicação e informação, sendo que a configuração de um contra-poder depende da capacidade de romper com este controle. O autor assinala que um poder comunicacional está no âmago da estrutura e da dinâmica das sociedades contemporâneas, refletindo o grau de autonomia que um indivíduo ou ator coletivo possui para obter informações e disseminar conteúdos, independentemente da vontade de outros indivíduos e atores coletivos. Trata-se de uma categoria relacional na medida em que as posições historicamente adquiridas permitem uma maior ou menor capacidade de empregar estratégias de poder a partir dos arranjos comunicativos.

Considerando a existência de uma sociedade global em rede, o autor entende que a habilidade de exercer controle sobre outros depende de dois mecanismos: primeiro, a capacidade de constituir redes, bem como de programar e reprogramar as redes de acordo com os objetivos a elas atribuídos; segundo, a capacidade de conectar e garantir a cooperação de diferentes redes ao compartilhar objetivos comuns, combinando recursos, bem como de afastar a competição de outras redes ao criar cooperação estratégica. O primeiro mecanismo é assegurado pelos programadores (*programmers*) e o segundo pelos conectores (*switchers*).

Considerando os aportes de Castells (2009), a possibilidade da *Avaaz* reprogramar redes globais de comunicação com suas campanhas, constituindo-se como um contra-poder, torna-se viável por pelo menos dois caminhos. No primeiro, a partir da apropriação de quadros de significação nas campanhas, a *Avaaz* busca reprogramar redes globais de comunicação tanto ao agregar códigos culturais de um discurso global, quanto introduzindo novas instruções e mensagens nos programas das várias redes nas quais esta organização atua. No segundo caminho, ao conectar diferentes redes⁹⁰ nos quadros de significação a que recorre em suas campanhas com a internet e seus membros, a *Avaaz* abre um campo de possibilidades para inserir novas informações, práticas e atores — entre estes, indivíduos, grupos e objetos materiais — no sistema político, criando condições para conexões de poder com potencial para reprogramar redes de comunicação.

⁹⁰ Cabe destacar que os diferentes indivíduos e grupos que se engajam nas redes programadas pelas campanhas da *Avaaz* estão também inseridos em outras redes, como, por exemplo, as redes de amigos, colegas de trabalho, grupos dos quais estes indivíduos participam, entre outras.

Se a capacidade de estabelecer conexões entre redes, bem como de programar redes globais constituem as formas de exercício do poder nas sociedades globais em rede, os programas de resistência e o rompimento da capacidade de conexão das redes de poder são formas de contra-poder, que defendem valores e interesses alternativos, sendo desempenhadas pelos movimentos sociais e pela sociedade civil local, nacional e global. A dificuldade é que as redes de poder são usualmente globais, enquanto a resistência do contra-poder é usualmente local.

Alcançar o global a partir do local, estabelecendo redes com outras localidades e os processos que permitem atravessar o espaço de fluxos torna-se uma questão estratégica para os movimentos sociais da nossa era. No caso da *Avaaz*, não se trata de um movimento social, mas de uma organização que se propõe a atuar globalmente, atravessando este espaço de fluxos ao estabelecer redes entre diferentes escalas — global, regional, nacional, local e individual.

* * *

Neste capítulo, inicialmente, parti do modelo da *MoveOn* para caracterizar a *Avaaz* como um ator-rede (LATOUR, 2005), chamando atenção para as tecnologias da internet como mediadores desta organização em e a cada uma das campanhas que fabrica, a fim de mobilizar seus membros espalhados ao redor do mundo. Esta mobilização dos membros da organização se dá pelo envio de *e-mails*, denominados alertas, que abrem diferentes possibilidades de engajamento a depender da estratégia adotada que varia ao longo de uma campanha. Este trabalho de mediação e mobilização é complementado pelo *site* desta organização, que atua como uma central de cálculo das campanhas da *Avaaz*.

A petição se configura como a principal oportunidade de participação adotada pela *Avaaz* nas campanhas fabricadas no período pesquisado, sendo que pude perceber outras oportunidades, tais como envio de mensagens para alvos pré-determinados, pedido de doações e realização de telefonemas para alvos pré-determinados. Estas oportunidades de participação são responsáveis por concretizar a *Avaaz* como um ator-rede, ou seja, de forma que as tecnologias da internet viabilizam a participação e o engajamento de um público difuso de indivíduos, que constituem os membros da organização espalhados pelo mundo, a partir de cada campanha fabricada por profissionais da *Avaaz*. No capítulo seguinte, o objetivo é caracterizar esta mobilização dos membros, tentando entender questões referentes ao engajamento e à participação política destes indivíduos considerando as ações deste ator-rede que é a *Avaaz*.

CAPÍTULO III

MOBILIZAÇÃO, PARTICIPAÇÃO E ENGAJAMENTO NAS CAMPANHAS DA AVAAZ

Neste capítulo, através de diferentes abordagens, busco analisar a mobilização, a participação e o engajamento político em um tipo específico de ação coletiva coordenada, que se configura a partir das campanhas deflagradas pela *Avaaz*.

Na primeira seção, busco entender os processos de mobilização política associados às campanhas da *Avaaz*, apresentando em um segundo momento uma discussão mais geral sobre a mobilização com a internet. Na seção seguinte, procuro analisar a participação política com a internet, seguindo com uma reflexão sobre o tipo de participação que está em jogo nas campanhas da *Avaaz*. Por fim, em uma terceira parte, me volto para o engajamento nas campanhas desta organização, buscando entender como seus membros se sentem em relação a ela. A partir daí, passo a analisar o envolvimento dos indivíduos em ações promovidas por organizações que atuam no ambiente de mídia contemporânea.

3.1. Mobilização Política nas Campanhas da *Avaaz*

Como apresentei no capítulo anterior, o envio de *e-mails*, denominados alertas, constitui-se na principal forma de mobilização dos membros da *Avaaz*. A tecnologia desempenha um papel fundamental nas ações empreendidas por esta organização. O público-alvo das campanhas pode incluir os mais de 32 milhões de membros cadastrados no *site* da *Avaaz* ou abranger apenas alguns fragmentos deste público, no caso de campanhas sobre temas nacionais e regionais. As oportunidades de participação apresentadas aos membros através dos alertas de *e-mail* possibilitam formas muito variáveis de engajamento, em uma ou várias campanhas, de forma simultânea ou em diferentes momentos no tempo.

O objetivo da *Avaaz* não é convocar os indivíduos para uma manifestação presencial, mas sim possibilitar um tipo de engajamento que se concretiza através da internet. As ferramentas da internet não aparecem, aqui, como meios de comunicação apenas, mas como mediadoras de ações que emergem, em diferentes momentos no tempo, através das múltiplas associações possibilitadas pela rede. A *Avaaz* depende da internet para existir como um ator-rede uma vez que, na sua atual configuração, precisa dessas tecnologias para construir vínculos com seus membros.

E quem é mobilizado com os alertas de *e-mail* da *Avaaz*? A organização mobiliza indivíduos que são vistos como destinatários de mensagens. Não há qualquer contato personalizado. A comunicação é impessoal e igualmente distribuída para toda a lista, seja ela global ou fragmentada. Por meio do envio de um a dois alertas de *e-mail* por semana, a *Avaaz* procura estabelecer uma frequência contínua na mobilização dos membros com campanhas multitemáticas. O objetivo pode ser, em alguns casos, mobilizar toda a rede em uma nova campanha global, que precisará ser traduzida para as 16 línguas diferentes utilizadas pela organização. Em outros casos, trata-se de mobilizar redes específicas, em campanhas nacionais, que não necessitam de uma ampla tradução.

Dois mecanismos são inerentes às campanhas globais. Primeiro, um mesmo *e-mail* é enviado para membros de vários países, em 16 línguas diferentes, que precisa ser potente o suficiente para conectar vários contextos a uma mesma mensagem. Nas campanhas globais o

texto do *e-mail* é traduzido de forma a incorporar um viés mais adequado para cada língua. O segundo movimento envolve a identificação de causas e situações exemplares, bem como contextos eloquentes, com grande apelo em uma cultura pública nacional determinada, mas que exemplificam muito bem os princípios morais e temas globais de interesse da *Avaaz*.

Uma questão que merece ser destacada é o processo de escolha das campanhas divulgadas aos membros e que são definidas, fundamentalmente, pelos profissionais da *Avaaz*. Os membros participam de forma passiva e amostral, por meio dos testes que são realizados antes do lançamento de cada campanha, do processo de definição dos alertas de *e-mail* a serem enviados para os membros a serem mobilizados.

Pensando nos termos de Cefaï (2009), os alertas de *e-mail* enviados pela *Avaaz* para seus membros ao redor do mundo procuram traduzir diferentes matizes da cultura pública na sua relação com cada desafio de protesto ali materializado, seja em uma escala nacional, seja em âmbito global. Cada mobilização por *e-mail* organiza um ambiente com experiências específicas de forma que os membros possam se orientar e compreender suas possibilidades de ação em circunstâncias que são dadas pela organização. A ação coletiva em curso com a *Avaaz* parece mobilizar uma arquitetura móvel de contextos de sentido que, pontualmente, articulam arenas públicas na busca pela constituição de uma linguagem comum.

Depois de fabricada a campanha pelos profissionais da organização, o custo de mobilização dos membros, como já apontado, é baixo, em especial quando comparado com as formas de mobilização que dependem da co-presença física e da simultaneidade. Com uma única ação, o envio de um alerta de *e-mail*, a *Avaaz* pode atingir mais de 32 milhões de indivíduos cadastrados na sua plataforma.

Os alertas de *e-mail* mobilizam os membros da *Avaaz* da mesma maneira, sem distinções, e acabam por formar diferentes coletivos a cada novo envio de campanha, tendo em vista que se trata de uma organização com uma agenda multitemática, que promovem campanhas que se dividem entre globais e nacionais. Assim, alguns indivíduos podem participar de umas e não de outras, configurando um tipo de engajamento variável e incerto. Como ator-rede, a organização tem um controle limitado sobre a adesão às campanhas que deflagra, sendo que os membros possuem capacidade de escolha ao receber os alertas, podendo optar por se engajar na campanha (ou não), ignorar o *e-mail* (ou não), e até mesmo entre compartilhar *links* das campanhas em *sites* de redes sociais. No fundo, os alertas de *e-mail* podem atuar tanto como mediadores, quando se dá o engajamento na oportunidade de participação em jogo, quanto como intermediários, quando não acontece o engajamento.

A comunicação com a internet forma parte inerente de muitas campanhas políticas nos dias de hoje. No entanto, o potencial da mobilização *online* para provocar mudanças políticas ainda é debatido: de um lado, parecem existir contribuições positivas para uma democracia participativa; de outro, os críticos apontam uma atividade de *slacktivism*, que remete a uma forma de ação política preguiçosa, ou seja, que traz poucos benefícios sociais.

Vamos destacar a campanha pela aprovação da Lei da Ficha Limpa, que é considerada a de maior sucesso da *Avaaz* no contexto brasileiro, a fim de realçar algumas particularidades das ações de mobilização protagonizadas por esta organização, bem como suas relações com outros atores no ambiente de mídia digital. Breuer *et al* (2012) analisam a campanha anticorrupção brasileira pela aprovação da Lei da Ficha Limpa, promovida em canais da internet, procurando discutir seus impactos nos níveis macro e meso do sistema político brasileiro, bem como no nível micro da participação individual, utilizando-se para isso de um *survey* feito por eles sobre o comportamento de cidadãos *online* e *offline*. Os autores chamam atenção em suas conclusões para o baixo esforço dos indivíduos envolvidos em atividades de mobilização *online*, tipicamente oferecidas por *sites* de redes sociais de orientações diversificadas, que

contribui pouco para aumentar a participação política. No entanto, campanhas desenvolvidas por grupos de *advocacy* como a *Avaaz* apresentam potencial para aumentar o engajamento político de indivíduos com baixo nível de interesse político e podem ajudar a produzir conexões da participação *online* e *offline* entre indivíduos com alto nível de interesse político.

Em nível individual, a questão que recebe mais atenção diz respeito às formas como o uso da internet afeta o engajamento de grupos e indivíduos. O uso das mídias digitais não resulta, necessariamente, em elevados níveis de participação, mas parece suplementar o repertório de ação para aqueles indivíduos que já estão interessados em política. Os autores observam, além disso, que a internet parece ter expandido o repertório de ação coletiva de movimentos sociais e organizações ativistas de base. O conjunto de ferramentas estratégicas destes atores é composto predominantemente de ações e táticas que são tecidas no lado não institucional da política, adotando formatos que fogem às dinâmicas mais tradicionais de participação. A internet oferece a esses grupos novas possibilidades de articulação e intervenção, passíveis de serem utilizadas de forma complementar às práticas já existentes.

As estruturas de comunicação descentralizadas da internet mobilizam agências e permitem o estabelecimento de novas organizações que promovem mobilização sobre uma variedade de questões políticas, tais como a *Avaaz*. Esses grupos criam e coordenam mobilizações *online* contra alvos estabelecidos ao promoverem soluções técnicas que facilitam a organização de ações coletivas, podendo ser descritos como sistemas sociotécnicos cujo funcionamento depende de agências entremeadas do social e tecnológico.

Já no nível macro, a efetividade da mobilização política *online* ainda é disputada, sugerindo uma frustrante tentativa das campanhas pela internet em exercer influência sobre as decisões políticas formais por uma série de razões, entre as quais a desconexão das redes *online* da política institucional e a efêmera e elusiva qualidade das atividades participatórias *online*. A tendência dos grupos de *advocacy* em focar nas campanhas de sucesso viria da necessidade de transmitir mensagens motivantes para os membros existentes e potenciais. Seguindo a mesma lógica, estes grupos tendem a silenciar sobre muitas campanhas que não atingem seus objetivos políticos. Alguns críticos dizem que o “ativismo preguiçoso” gera incentivos perversos na medida em que custos baixos de participação *online*, possibilitados pelos *e-mails* em massa, podem eventualmente levar a um crescimento de comentários de baixa qualidade, redundante e geralmente sem substância pelo público.

No que diz respeito à campanha pela aprovação da Lei da Ficha Limpa, em setembro de 2009, o Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral - MCCE conseguiu 1,5 milhão de assinaturas, muito em função de uma estratégia de uso de *sites* de redes sociais como *Facebook*, *Youtube* e *Twitter*. No entanto, a mobilização virtual não parou quando o número mínimo de assinaturas para propor uma lei de iniciativa popular foi alcançado.

Em abril de 2010, mais de dois milhões de cidadãos assinaram uma petição eletrônica desenvolvida e promovida pela *Avaaz*, mobilizando seu *mailing* global. Além disso, Breuer *et al* (2012) assinalam que 40 mil cidadãos responderam a uma chamada de *e-mail* desta organização para lotar as caixas de mensagem e telefones dos legisladores com mensagens para que eles votassem a favor da lei. Foram organizados também protestos nas ruas, reunindo centenas de manifestantes. Deste ponto em diante, a interação entre mídia social e tradicional assumiu uma dinâmica em que a mobilização *online* e o jornalismo reforçaram um ao outro, criando consciência pública. Em junho de 2010, o presidente Lula promulgou a lei que foi aprovada por unanimidade pelo Congresso. Os autores destacam que esta lei foi aprovada com uma mobilização *online* massiva, sendo que a campanha da *Avaaz* teve um impacto sustentável sobre as atitudes dos cidadãos brasileiros.

Considerando o nível micro da participação individual, o impressionante número de cidadãos que se mobilizaram para apoiar a campanha remete a questões sobre como e em que extensão sua mobilização *online* afetou seu engajamento político em geral, tais como: alguém que tenha acompanhado o debate nos *sites* de rede social levou o debate para sua família, colegas de trabalho ou círculo de amizades? Um internauta que aderiu à petição da *Avaaz* também respondeu ao apelo desta organização para contatar seu representante no legislativo? A exposição a uma campanha de informação *online* fez com que indivíduos com baixo interesse em política se tornassem mais engajadas politicamente? As atividades *online* dos cidadãos brasileiros tiveram um impacto mensurável nos padrões gerais de engajamento no contexto da campanha da Ficha Limpa?

Os autores tentaram medir as atividades *online* dos cidadãos brasileiros por meio de um *survey* que contou com a participação de 1790 indivíduos. Breuer *et al* (2012) buscaram concentrar sua interpretação dos resultados da pesquisa em dois focos distintos. Buscam, primeiramente, entender o efeito diferenciado dos alertas de *e-mail* sobre a disposição de agir politicamente, demandando o comprometimento dos legisladores com a lei da Ficha Limpa. Neste caso, a idade apareceu como um fator significativo: indivíduos nascidos nos anos 1960 ou antes desta data, estavam mais dispostos a fazer este contato do que aqueles nascidos nos anos 1980 ou depois. Em termos de gênero, os homens estavam mais dispostos a se envolver politicamente na campanha do que as mulheres. Indivíduos com um nível mais elevado de escolaridade formal também se mostraram mais sensíveis ao engajamento nas ações propostas pela *Avaaz*. Os autores chamam atenção para o fato de que a participação na petição eletrônica da *Avaaz* influenciou indivíduos com baixo nível de interesse em política na sua decisão de entrar em contato com os legisladores. De certa forma, a possibilidade de contatar os legisladores estava mais relacionada com variáveis de interação *online* e com estar informado sobre política. Geralmente, variáveis relacionadas à mobilização *online* influenciavam mais do que as sociodemográficas.

Em segundo lugar, Breuer *et al* (2012) tentam entender as dinâmicas de uma participação *offline* agregada na campanha da Ficha Limpa, com objetivo de testar os efeitos do engajamento *online* no que eles entendem como engajamento *offline*. Em termos de idade, aqueles nascidos até 1970 apresentavam mais propensão a um alto engajamento na participação *offline* do que os que nasceram em 1980 em diante. Um alto grau de interesse por política também contribui para possibilidade de um maior engajamento *offline*. Em termos da influência na probabilidade de alto engajamento na participação *offline*, os indivíduos nascidos até os anos 1950 apresentaram a maior propensão a fazê-lo, seguidos daqueles que contactaram um legislador *online*, mostrando que a participação *online* tem uma forte influência na participação *offline*.

Dentre as conclusões do estudo, os autores começam por destacar o nível macro proposto por eles, assumindo que, no caso da campanha pela aprovação da Lei da Ficha Limpa, a massiva mobilização *online* foi um elemento crucial que pesou favoravelmente na balança da reforma eleitoral. Não é possível prever, no entanto, qual teria sido o alcance desta mobilização popular de massas sem a presença da internet. Esse tipo de análise só seria possível através de um esforço comparativo entre diferentes contextos de mobilização e pressão civil, com ou sem a presença da internet.

Em um nível meso de organização social, a estratégia de promover a campanha via *sites* de redes sociais *online* aumentou a relação custo-eficácia, bem como a eficiência dos esforços de mobilização do MCCE. O fato de que 10 mil indivíduos compartilharam informações sobre campanhas no *Facebook* e em outras redes possibilitou que essa

organização atingisse um número de cidadãos sem precedentes. Além disso, possibilitou ao MCCE expandir a mobilização além das fronteiras de suas redes tradicionais.

Breuer *et al* (2012) chamam atenção para a intervenção da *Avaaz*, cuja petição reuniu mais de dois milhões de assinaturas de usuários da internet. O sucesso da petição, que foi pautado pela mídia tradicional, gerou um nível de conscientização pública e pressão que tornou impossível para o Congresso não acatar a lei da Ficha Limpa, sem afetar ainda mais sua já prejudicada reputação. Essa peculiar interação entre o jornalismo estabelecido e o que eles chamam de redes *online* de poder suportam a noção de que a produção de notícias políticas está se movendo dos nexos de uma mídia da elite política para formas hibridizadas de influência.

No nível micro da participação individual, os autores buscam refletir sobre o modo como o engajamento *online* em processos de mobilização impacta o padrão geral de comportamento político de um indivíduo. Nesse plano, os resultados são bastante complexos. Breuer *et al* (2012) mostram que a participação *online* contribui positivamente em direção a um maior engajamento político. Além disso, destacam que soluções de poucos cliques, como no *Facebook*, são menos efetivas do que atividades que envolvem altos custos de transação, tais como uma postagem em um *blog* e a participação em uma petição eletrônica. Interessante perceber que a participação na petição da *Avaaz* influenciou indivíduos com baixo nível de interesse em política em sua decisão de contatar um legislador.

As campanhas *online* direcionadas contribuem positivamente para o engajamento de indivíduos em ações políticas. Mais especificamente, a participação na petição da *Avaaz* impulsionou de forma decisiva, segundo os autores, indivíduos com “alto interesse” em política a se engajar em ações políticas. Os ativistas políticos e organizações que desejam atingir indivíduos que já tem uma predisposição positiva para a participação podem se associar a grupos de *advocacy* eletrônica, que oferecem soluções técnicas especificamente concebidas para apoiar a mobilização cívica.

Os autores desafiam a ideia de que a ação política com a internet resultaria em um “ativismo preguiçoso”, gerando poucos benefícios sociais. Os líderes do MCCE, por exemplo, parecem estar convencidos de que a decisão de agir *online* foi crucial para o sucesso de suas ações. A ação com a internet permitiu a essa organização atingir um nível máximo de mobilização com um investimento mínimo em propaganda e custos de comunicação.

Depois da regulação da Lei da Ficha Limpa, abordada no capítulo anterior, a *Avaaz* lançou a campanha “Renan não”, enviando quatro *e-mails* para mobilizar seus membros brasileiros. As duas primeiras mensagens que circularam, no final de janeiro de 2013, apresentavam a petição “Ficha Limpa no Senado: Renan não!” como possibilidade de participação, tendo como alvo o Senado Federal. Esta petição reuniu cerca de 465 mil assinaturas, com 144 mil compartilhamentos de *links* no *Facebook* e 18 mil no *Twitter*. O objetivo era escolher um presidente do Senado que fosse “ficha limpa”, comprometido com o desenvolvimento social e capaz de agir no cargo com independência e dignidade.

Em outro *e-mail*, enviado em 19/02/2013, denominado “48 horas para tirar Renan do poder”, o alerta veiculado pela *Avaaz* buscava direcionar a ação política dos membros da organização estimulando o envio de mensagens aos líderes dos partidos no Senado. O objetivo era pressionar os senadores pela saída de Renan da presidência do Senado. Foram enviadas cerca de 161 mil mensagens, com 65 mil compartilhamentos de *links* no *Facebook* e 6 mil no *Twitter*.

Por fim, no final de fevereiro, a *Avaaz* enviou um *e-mail* denominado “O maior medo de Renan” no qual os membros da organização postariam mensagens no *site*, a fim de pressionar cada senador a abandonar Renan, por este ser considerado uma ameaça à

democracia. O objetivo era mostrar aos senadores que a maioria dos brasileiros desejava o afastamento de Renan, demandando que o STF se posicionasse o mais rapidamente possível sobre o caso. Esta campanha não gerou a situação de mudança desejada, na medida em que Renan continuou presidindo o Senado brasileiro.

Pereira (2011) entende que a internet pode colaborar com o processo de mobilização através de boletins, *e-mails*, listas de discussão, *blogs*, *twitters* e *sites* de redes sociais. O imediatismo, a capacidade de atingir indivíduos nos mais remotos locais e a construção de redes tornam estas tecnologias particularmente úteis no processo de mobilização política. O autor trabalha com a hipótese de que as tecnologias de comunicação e informação favorecem a ação política nos casos em que os indivíduos já possuem o interesse pelas causas em questão, dado que existe uma associação positiva entre indivíduos mais bem informados e participação política.

O autor assinala que a internet é uma ferramenta fundamental para atingir indivíduos que, mesmo sem estabelecer nenhum tipo de vinculação com as instituições clássicas de organização da sociedade civil, estão dispostos, desde que convencidos, a participar de ações específicas de protesto que tenham algum tipo de afinidade com seus interesses e percepções de mundo. Neste engajamento, destaca-se a liberdade do indivíduo se envolver quando quiser e onde quiser, sem os altos custos da participação tradicional. Isso fica muito evidente na mobilização empreendida pela *Avaaz*, que oportuniza participação pontual e contingencial àqueles que cadastraram seu *e-mail* na base de dados desta organização.

A existência das redes sociotécnicas e seu potencial viral de propagação são elementos fundamentais para a difusão de informações e a mobilização de indivíduos dispostos a agir. Esse processo de mobilização envolve basicamente duas etapas: primeiro, o convencimento da importância de tal temática e a construção de um consenso em torno dela; segundo, a mobilização presencial ou *online*.

Em relação ao processo de mobilização de ativistas de base e simpatizantes pelas organizações da sociedade civil, a internet passou a ocupar um papel fundamental, seja através do envio de *e-mails*, boletins e das listas de discussão. A internet possibilitou às organizações atingir seus objetivos com mais agilidade, ampliando seu público-alvo através de um sistema de baixo custo, levando a uma aceleração da política. Apesar disso, Pereira (2011) entende que há necessidade de se combinarem meios virtuais com os meios tradicionais de comunicação, pois os custos da não participação são muito mais baixos quando a convocação se dá apenas pela internet, da mesma forma que uma série de mediações que vão além das organizações e da internet.

Anduiza *et al* (2009) assinalam que a mobilização com a internet configura-se de forma descentralizada, tendo em vista que qualquer indivíduo com acesso a essas tecnologias pode enviar *e-mails* ou escrever comentários em fóruns *online* e sites, visando influenciar os indivíduos a votar em certos candidatos ou organizar algum tipo de atividade. As autoras mostram que tanto os movimentos sociais quanto as organizações políticas tradicionais ampliaram sua capacidade de mobilização graças ao uso da internet, mas os atores tradicionais, tais como os partidos políticos e os movimentos sociais, a usam como uma extensão das formas tradicionais de comunicação enquanto organizações que se constituíram através da ação com a internet, tal qual a *Avaaz*, desenham suas estratégias de ação tomando a internet como um elemento central.

A emergência de um meio que permite uma comunicação de massa rápida, barata e descentralizada permite aos indivíduos tornarem-se figuras proeminentes em uma atividade que tradicionalmente era desempenhada pelas organizações. Qualquer um com acesso a *e-mail* pode se tornar um agente mobilizador ao enviar e encaminhar *e-mails* ou comentários em

sites, listas, *blogs* e fóruns sem a necessidade de muitos recursos além do tempo dedicado a isso. Isso pode ser visto quando os membros da *Avaaz* compartilham suas ações junto com esta organização postando *links* em *sites* de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*.

Hara *et al* (2005) procura tratar os usuários da internet como atores sociais cuja ação é resultado de sua inserção em vários contextos sociais, não apenas no ambiente da internet. Ao analisar o uso das ferramentas digitais de comunicação na mobilização de ativistas de base, torna-se importante levar em consideração uma rede mais ampla de comunicação. Estas tecnologias se estendem além de *sites* isolados e/ou mediados pela comunicação, pois a internet não é isolada do resto do mundo. Logo, deve-se levar em consideração outras forças sociais, tais como a mídia, os prazos, os recursos e as redes de amizade e sociabilidade em que os indivíduos estão inseridos na medida em que tudo está conectado.

A partir de suas campanhas, vejo a *Avaaz* como um ator-rede que carrega elementos como a mídia e as tecnologias da internet em seus quadros de significação, sem contar as redes de amizade e sociabilidade que são mobilizadas por parte considerável de seus membros ao compartilhar *links* das campanhas em *sites* de redes sociais. O fato dos indivíduos serem agenciados por um ator-rede não suprime outros espaços de comunicação e significação nos quais eles circulam. Assim, uma das tarefas deste ator-rede é trabalhar constantemente esse processo de agenciamento, tentando manter os indivíduos vinculados à sua lógica de ação. Para tal, a *Avaaz* considera que a pluralidade de quadros de significação aos quais os indivíduos mobilizados se engajam altera tanto a relação de cada um com o ator-rede, quanto a forma pela qual este último atua em relação a estes indivíduos multissituados.

Chadwick (2005) defende que a internet cria um ambiente no qual a adaptação institucional e a experimentação torna-se praticamente uma rotina, incentivando um hibridismo organizacional entre partidos políticos, grupos de *advocacy* e movimentos sociais. Isso se dá por dois caminhos: de um lado, grupos de *advocacy* e partidos estão se combinando e adaptando repertórios de ação que podem ser considerados típicos de movimentos sociais; de outro, as organizações híbridas que surgem têm na internet um elemento central, tal como pode ser visto na *Avaaz*.

A noção de hibridismo organizacional procura captar a tensão entre a inovação organizacional baseada na internet e as estruturas constrangedoras do ambiente no qual estes atores devem trabalhar, sendo que o autor procura ilustrar as oportunidades que a internet traz para a mobilização política, bem como as implicações destas novas formas de ação política no que diz respeito ao envolvimento dos cidadãos. Quando a internet começou a se expandir, em meados dos anos 1990, os debates acerca da influência das novas tecnologias digitais sobre as práticas políticas era permeado por muitas visões otimistas que, por conta de eventos como o levante zapatista, apontavam para um futuro brilhante do ativismo cidadão. No entanto, por volta do ano 2000, uma forte reação pessimista se instalou nos debates acadêmicos, alegando que a internet seria quando muito um reforço aos modelos de organização já existentes, não tendo o poder de reconfigurar as formas de atuação dos partidos, grupos de interesse e movimentos.

Chadwick (2005) procura se diferenciar destes extremos, chamando atenção tanto para as inúmeras organizações sobre as quais a internet teve pouco efeito, servindo tão somente para a construção de uma página ou de uma lista de *e-mails*, quanto para os casos em que as possibilidades oferecidas pelas tecnologias digitais impulsionaram a emergência de formas organizacionais híbridas como a *Avaaz*, que eram inimagináveis antes do surgimento da rede mundial de computadores. O argumento mais simples e recorrente sobre a diferença que a internet fez nas mobilizações coletivas encontra-se alicerçado na ideia de que estas tecnologias reduziram significativamente os custos de comunicação. Os efeitos da internet

não se restringiram a uma utilização mais eficiente dos recursos disponíveis. As tecnologias digitais permitiram a articulação de atores sociais e inúmeras redes de apoio, possibilitando, além disso, a emergência de formas mais fluidas de adesão e captação de recursos. Porém, a inovação organizacional está longe de ser universal.

Postmes *et al* (2002) sugerem que a internet é uma plataforma viável de mobilizar e ação coletiva, sendo surpreendente o número de ações em que os indivíduos podem se envolver *online*. Mais surpreendente é o grau em que os indivíduos acreditam que essas ações são efetivas, bem como seu entusiasmo para envolvimento em ações futuras. A questão é como isso pode transformar os movimentos sociais e a natureza da ação coletiva, mudando também os motivos subjacentes a ela. A internet pode ter assumido um papel significativo em muitas formas de ação coletiva, desde as mais persuasivas até as conflituosas, em empreendimentos individuais ou em grandes mobilizações coletivas. O paradoxo é que a internet se constitui como um veículo para a ação coletiva que é acessado pelos indivíduos, muito frequentemente, na sua casa ou local de trabalho, através de um computador pessoal, mesmo considerando que esse cenário pode estar sendo alterado no período mais recente, pela disseminação do acesso via telefones celulares e redes *wireless*.

A existência de organizações como a *Avaaz* possibilitaria aos indivíduos superar o atomismo e imprimir uma dimensão social às suas atividades *online*, aderindo às ações coordenadas por esta organização. A relação de confiança no trabalho de identificação das causas, interpretação das posições em conflito e construção de propostas de ação torna-se um elemento-chave nessa forma de ação política. Os indivíduos que se engajam nas oportunidades de participação oferecidas pela *Avaaz* podem superar as barreiras da individualização para a agregação social na medida em que acentuam a dimensão social das suas atividades *online* ao confiarem em adesões internalizadas a grupos e identidades sociais que são mobilizadas a cada campanha a fim de alcançar o envolvimento social.

Postmes *et al* (2002) sugerem que a internet transforma a ação coletiva ao exercer uma influência mobilizadora sobre aqueles que são ideologicamente simpáticos às causas que estão representadas *online*. A internet aparece como um fórum para comunidades de comunicação, debate social, comunidades de pensamento e movimentos. A mudança fundamental não é a maneira pela qual a internet muda o ativismo, mas a influência inversa, ou seja, as possibilidades significativas de ação coletiva que são suscetíveis de transformar a internet e sua utilização.

Apesar da ausência de deliberação, a *Avaaz* é uma organização aberta à participação de novos membros, graças a um baixo limite à participação, que praticamente garante a sua existência. Basta receber um *e-mail* de algum membro ou mesmo visualizar e clicar em um *link* no *Facebook* ou *Twitter*, preencher dados como nome, *e-mail*, país e CEP e o indivíduo está devidamente contabilizada como membro desta organização, passando a receber os *e-mails* de mobilização para suas campanhas.

No que diz respeito à mobilização para ação coletiva, Krueger (2006) entende que o alto custo de contato com indivíduos acaba fazendo com que as organizações mais tradicionais invistam seus recursos na mobilização de um público politicamente engajado, cínicamente qualificado e socioeconomicamente favorecido. Ao reduzir drasticamente os custos de comunicação, a internet poderia fazer com que este recorte fosse ampliado. No entanto, a maioria dos *e-mails*, por exemplo, não estão disponíveis em listas públicas, bem como existem normas culturais que tornam arriscado o envio de *e-mails* não solicitados.

Em geral, e particularmente é isso que acontece no caso da *Avaaz*, são os indivíduos que fornecem seus *e-mails* antes de receber mensagens das organizações políticas. No entanto, os indivíduos que assinam uma petição ou participam de qualquer outra ação

proposta passam a fazer parte da lista desta organização, sem saber que vão passar a receber frequentemente alertas de *e-mail*. De um modo geral, as campanhas de mobilização *online* devem contatar desproporcionalmente aqueles com motivação política e capacidade técnica de enviar seu *e-mail*. Se o interesse político e as habilidades da internet são fortes determinantes da mobilização *online*, o nível socioeconômico, as competências cívicas (como pertencer a alguma associação para participar da vida pública e comunitária) e o interesse político precedem habilidades *online* e influenciam diretamente esse tipo de mobilização.

Considerando que a internet reduz os custos de comunicação, as instituições e organizações que se utilizam das ferramentas digitais para a mobilização política não precisam maximizar recursos visando indivíduos politicamente ativos e interessados, cínicamente qualificados e de alto nível socioeconômico. Krueger (2006) sugere em sua análise que os indivíduos que, pelas suas características, estariam mais propensos a se engajar em formas de mobilização convencional, continuariam mais propensos a agir politicamente nesse novo ambiente tecnológico propiciado pela internet.

Por conta da ausência de listas públicas de *e-mail* e das barreiras culturais associadas ao envio de *e-mails* não solicitados, as instituições e organizações desenvolvem atividades de mobilização *online* acabam trabalhando com os indivíduos que apresentam seus *e-mails* para receber informações. Ao relacionar a mobilização *online* com os custos associados à atividade política, Krueger (2006) destaca que o interesse político e as habilidades da internet são os mais poderosos determinantes das atividades políticas e de mobilização *online*. Embora as competências cívicas e os indicadores socioeconômicos não influenciem nessa forma de mobilização, de modo geral, são os indivíduos portadores dessas características que possuem as habilidades da internet um dos indicadores mais importantes da mobilização *online*.

Karpf (2010) assinala que as preocupações sobre possíveis efeitos pouco eficazes das petições eletrônicas tendem a considerá-la como um esforço único de campanha, ao invés de uma tática individual em um esforço de mobilização estratégica mais ampla que envolve de estratégias de *lobby* a articulações com outras organizações como veremos no capítulo seguinte. Os grupos de *advocacy* que usam o *e-mail* para mobilizar os interesses de seus membros em torno de campanhas prioritárias e demandas imediatas de ação o fazem como primeiro passo em uma escala de engajamento na medida em que as prioridades de campanha são definidas em resposta ao ambiente estratégico. Desta forma, o impacto mais amplo da internet em associações políticas não é um aumento de táticas do *clicktivism*, mas a estruturação de novas estruturas organizacionais e sistemas de gestão de dados em um mundo cada vez mais hibridizado.

A velocidade e a escala de mobilização em vários eventos contemporâneos de protesto parecem refletir uma transformação das organizações em direção a relações mais frouxas com seus membros, permitindo uma mobilização mais ampla através de redes políticas densas e mais individualizadas, como ocorre com a Avaaz. Bennett *et al* (2008), por exemplo, buscam analisar estas dinâmicas, utilizando como estudo de caso os protestos ocorridos contra a Guerra do Iraque nos EUA, em 2003. Partem da hipótese de que os ativistas mais próximos às várias organizações de protesto que convocaram as mobilizações estavam propensos a se filiarem a diversas redes políticas, interagindo de forma ativa com diferentes meios de comunicação digital com o objetivo de divulgar informações e esclarecer publicamente os objetivos destas ações. Os manifestantes anti-guerra nos EUA agiram em conjunto com milhões de outros indivíduos em todo mundo, exercitando, em grande escala, diferentes modalidades de ação pessoa a pessoa.

A diversidade de redes pessoais em jogo fornece uma explicação para a interação predominante com a mídia digital mais do que a simples associação com as organizações que

patrocinaram estas manifestações. Ao mesmo tempo, estas organizações procuram recrutar ativistas que possuem um amplo círculo de laços pessoais em rede, de forma a potencializar essas dinâmicas de comunicação. Este tipo de afiliação institucional deixa grande margem de manobra para que os indivíduos ativem redes pessoais que podem se estender bem além do alcance de determinada organização. Estas ligações pessoais e organizacionais podem variar de local para local sendo que as tecnologias de mídia digital permitem aos ativistas gerir informações que atendem a múltiplas questões, associações e identificações.

Bennett *et al* (2008) entendem que a conveniência de gerenciar filiações complexas pela internet reduz os custos de comunicação, incentivando a formação de coalizões de ação coletiva. Além disso, as relações entre a coordenação das organizações e os ativistas filiados que usam a internet para ativar suas próprias redes políticas configuram vias fluídas de mobilização, sugerindo que a liderança organizacional, a identidade coletiva e a coordenação organizacional podem não ser as únicas ou mesmo as vias predominantes para a mobilização, como frequentemente retratado nas pesquisas sobre os movimentos sociais.

O crescimento de redes digitais de comunicação de grande porte baseadas em redes pessoais podem ajudar a explicar a escala e a velocidade de mobilização de protestos transnacionais recentes. No centro deste processo estão ativistas com identificações políticas mais flexíveis, que se ligam a diversas redes com menos tensões ideológicas capazes de limitar suas atividades de protesto. No caso da Avaaz, a administração do que posso enxergar como fluidez ideológica passa pelo envio de um texto pronto, com uma linha política estabelecida.

Essas tendências no nível individual da coordenação de organizações políticas podem se estender além do ativismo transnacional, refletindo padrões de identificação política entre grupos demográficos particulares em sociedades de alta modernidade (GIDDENS, 1991; BECK, 1992), que continuam a se afastar de identificações de base ideológica que se apoiam em organizações sociais de massa (partidos, classes e igrejas) em direção a afiliações políticas mais auto-dirigidas, com base em estilos de vida e valores.

O que importa é saber se tais identificações políticas flexíveis, que operam através de canais políticos personalizados de comunicação, podem produzir formas de ação coletiva capazes de envolver a definição de objetivos comuns, pressionando alvos definidos, questionando determinadas formas de organização do poder e alcançando mudanças sociais e políticas em uma escala mais ampla. Em sua análise histórica dos movimentos sociais, Charles Tilly questiona a eficácia potencial das redes de ativistas transnacionais. Na visão do autor, mesmo considerando que esse tipo de ativismo pode assumir feições bastante impressionantes na escala, no escopo e na velocidade de suas mobilizações, seus efeitos finais podem ser, por vezes, inexpressivos. No entanto, Bennett *et al* (2008) assinalam que pode ser o caso dos problemas políticos e alvos de protesto em diversas sociedades de alta modernidade ou globalizadas estarem mudando de forma, convidando a formação de coalizões mais soltas e múltiplas, que tem aparecido em muitas áreas, tais como meio ambiente e políticas de comércio, responsabilidade corporativa e alívio da dívida, que ajudaram a entender as manifestações anti-guerra.

Os autores procuram entender a articulação e mobilização de eventos de protesto anti-guerra que ocorreram em uma escala sem precedentes e com notável rapidez e dispersão geográfica, em contraste com as mobilizações contra a Guerra do Vietnã. A marca registrada do protesto na era digital parece ser a configuração em redes rápidas e densas, que podem atravessar questões e fronteiras organizacionais com o mínimo de agenciamento organizacional e enquadramento da ação coletiva. Esses padrões também sugerem o importante papel dos ativistas, que interagem com diversas questões e repertórios

organizacionais, com base em estruturas de comunicação bastante capilarizadas estruturadas a partir de identidades flexíveis e da ativação de múltiplas redes sociais, mantendo, ao mesmo tempo, associações soltas com a coordenação de organizações formais.

A *Avaaz*, com suas campanhas multitemáticas, propõe questões que se atravessam e se superpõem umas às outras, mostrando que está atenta à fluidez das identidades flexíveis e à necessidade de agenciamentos e enquadramentos da ação coletiva reduzidos a um alerta de *e-mail*. Os membros da *Avaaz*, por exemplo, ainda que não deliberem acerca das campanhas fabricadas por esta organização, não carregam qualquer responsabilidade de propagar as campanhas que são mobilizadas. Se o fazem é somente porque se identificam com as temáticas propostas, sendo que muitas vezes procuram mobilizar suas redes de contatos pessoais ao compartilhar *links* através de seus perfis em *sites* de redes sociais. Desta forma, se encaixam na perspectiva de um tipo de associação mais solta, que é coordenada por organizações formais. Neste ponto, passo a destacar as oportunidades de participação que estão presentes na mobilização por *e-mail* desenvolvida pela *Avaaz*, começando por um panorama mais geral sobre a participação com a internet.

3.2. Participação nas Campanhas da *Avaaz*

As campanhas da *Avaaz*, o uso das tecnologias da internet nelas e o tipo de engajamento promovido por esta organização levam a questão da participação para além de partidos políticos, sindicatos, movimentos sociais e organizações da sociedade civil — instituições que concentram as atenções do que tradicionalmente se entende como formas de participação política. Entendo que a participação é a possibilidade que os indivíduos e grupos encontram para tecer um posicionamento público sobre certo número de questões políticas, seja por meio de um engajamento coletivo ou por um mais individualizado. Nesta tese, considero que as noções de participação e engajamento andam juntas, e se estão separados em sessões é tão somente por uma limitação da construção textual. A seguir, vou relacionar alguns autores que podem contribuir para um panorama sobre a participação com a internet para depois analisar as oportunidades de participação viabilizadas pela *Avaaz*.

Ao contrário de um declínio na participação política, Christensen (2011) entende que está em jogo uma diversificação das formas como os cidadãos tomam parte dos problemas políticos. Uma dessas formas de participação envolve o uso da internet. A participação política na internet pode envolver versões eletrônicas de formas tradicionais de participação⁹¹, tais como enquetes de votação eletrônica ou *online*, e assinaturas de petições *online* como no caso da *Avaaz*, mas também novas formas de envolvimento político como os *hackers*. Outro possível impacto da internet na participação política se dá pela disseminação de informações sobre atividades e eventos para um público mais amplo, bem como ao tornar a coordenação mais fácil para os ativistas.

O autor chama atenção para uma explosão das atividades da internet nos últimos anos, em especial pelo surgimento de novas plataformas de redes sociais, tais como o *Twitter*, o *Youtube*, o *Facebook* e a própria *Avaaz*, que geraram possibilidades de distribuição e redistribuição de informações sobre campanhas em curso, além de expressar preferências políticas a familiares e amigos. No entanto, existem pelo menos três pontos críticos no que diz respeito à participação política com a internet: a de que ela provê mais uma ferramenta para quem já é politicamente ativo, não ajudando a mobilizar cidadãos passivos, a de que cria uma

⁹¹ Essas versões já configuram uma novidade, considerando que a representatividade política do indivíduo ou organização que apresenta a petição, como no caso da *Avaaz*, e a legitimidade desse ato envolvem uma gramática completamente diferente. Logo, não acredito que se trate apenas de uma repetição.

divisão digital e a de que promove uma mobilização pontual. Ainda assim, as novas tecnologias parecem ter um profundo efeito na atividade política regular, seja oferecendo novos canais de participação ou modificando diferentes aspectos nos já existentes.

Partindo de um individualismo metodológico baseado no modelo de voluntarismo cívico, Anduiza *et al* (2009) destacam que as novas tecnologias facilitaram a extensão dos objetivos da participação, ampliando seu escopo territorial e permitindo coordenação e influência política em uma escala transnacional, de uma forma não imaginada há uma década. Todas essas mudanças trazem uma questão: até que ponto as teorias sobre participação política continuam válidas ou devem ser revistas e reformuladas?

No que diz respeito aos níveis de participação política, por exemplo, as autoras problematizam se a internet tem algum efeito, positivo ou negativo: contribuindo para a emergência de uma sociedade mais participativa ou reforçando dinâmicas mais características de uma sociedade atomizada, com pouco envolvimento dos indivíduos no debate público e nos processos políticos de decisão? A questão não é tão simples, tendo em vista o caráter multifacetado da participação política, sendo que o ponto de partida proposto por elas considera três categorias distintas de atividades.

A primeira categoria compreende aquelas atividades que só são possíveis *online*. A existência de um novo meio permite o surgimento de novas formas de participação política que não existiam, o que pode servir para aumentar o nível total de participação política, tanto qualitativa quanto quantitativamente. Trata-se de uma questão que não gera consenso entre os estudiosos, demandando mais pesquisas e análises teóricas.

O segundo conjunto de atividades envolve ações que podem ser realizadas com ou sem a internet, tais como contatar um governante ou representante, assinar petições, efetuar doações. A questão é se aqueles que participam *online* teriam participado se não tivessem acesso à internet. Se os indivíduos que estavam passivos se tornam ativos, o volume de participação cresce, mas se os métodos tradicionais são tão somente substituídos pelos oferecidos *online*, o volume da atividade política permanece estável.

A terceira vertente diz respeito àquelas atividades que só podem ser realizadas sem a internet. Anduiza *et al* (2009) trabalham com três hipóteses: o público expressa mais ou menos seus pontos de vista quando tem acesso à internet? Em países em que o voto é opcional, os usuários da internet votam mais? Eles participam mais de partidos políticos? Com estas hipóteses, elas se aproximam de autores que argumentam que o uso da internet não leva indivíduos normalmente passivos a participar no processo político, mas oferece novos canais para aqueles que já participam dos canais tradicionais. Além disso, ressaltam que os efeitos do uso da internet na participação dependem de fatores como o tempo gasto *online* e o tipo de uso que se faz da internet.

Quando as autoras tratam dos diferentes tipos de participação destacam que enquanto a participação convencional experimentou um declínio em muitos países industrializados nas últimas décadas, houve um aumento da participação em atividades como o consumo político e as mobilizações antiglobalização. Membros críticos do público passaram a rejeitar as formas tradicionais e hierárquicas de participação, preferindo ações de natureza horizontal, com baixos custos de entrada e saída, tais como o boicote a produtos, a participação em uma manifestação ou assinar uma petição *online*.

Neste contexto, a internet oferece um meio alternativo de realizar atividades políticas fora do âmbito das instituições clássicas e, portanto, facilita o uso de novos repertórios. As autoras destacam dois argumentos para justificar esta hipótese. Primeiro, algumas características da internet favorecem certas ações ao invés de outras, tais como acessar e expandir informações sobre um assunto específico; fazer contato com outros indivíduos e

organizações sem os limites físicos e temporais. O ativismo *online* tende, além disso, a dar maior autonomia aos membros do público que querem organizar e mobilizar, promovendo o envolvimento de grupos e indivíduos fora do âmbito institucional. Segundo, estas características ajudaram certos atores a se adaptar mais rápida e efetivamente à internet, o que parece ser o caso do zapatismo e do movimento por uma globalização alternativa, pioneiros no uso da internet, bem como de organizações como a *MoveOn* e a *Avaaz*, em relação a partidos políticos e instituições da democracia representativa. As características desses movimentos e organizações (tipos de organização horizontal, uso de recursos simbólicos, predominância de valores pós-materialistas, modos de funcionamento descentralizados e em rede) tornaram a adaptação à internet mais fácil.

A capacidade de enfrentar os custos de participação é um fator determinante na decisão de participar politicamente ou não: quanto maiores os custos, menor o volume de atividades. Dependendo dos recursos em jogo, os indivíduos podem participar mais ou menos facilmente. Para parcelas do público com pouco tempo, dinheiro ou recursos cognitivos ou organizacionais, os custos de participação se tornam tão altos a ponto deles escolherem não participar. Então, o impacto dos custos na participação é condicionado pelo nível dos recursos disponíveis. Anduiza *et al* (2009) destacam que a internet não existia ou não era usada como hoje quando esse modelo foi concebido.

De um lado, existe o argumento de que habilidades tecnológicas constituem um recurso para a participação. Ter um bom conhecimento do mundo virtual e estar apto a se engajar em usos especializados permite o engajamento em ações de participação política de uma forma simples e eficiente. De outro, o uso da internet pode ampliar o acesso a outros recursos. Isso quer dizer que o uso da internet frequentemente oferece experiência em processar e analisar informações, o que pode ser muito útil para aqueles que desejam realizar atividades políticas.

Best *et al* (2005) usaram a teoria da mobilização de recursos para desenvolver modelos de análise de atividades de participação *online*, acessando como os fatores que mais fortemente influenciam a participação *online* se distribuem através de categorias sociais e buscando determinar em que medida a opinião dos participantes *online* reflete as percepções da população em geral sobre determinadas questões.

A participação política tradicional é mais comum entre indivíduos que têm maior nível socioeconômico, contando com o acesso a vários recursos e tendo incorporado, em sua trajetória social, habilidades cívicas notáveis, que os motivam a superar os altos custos do engajamento político. A internet parece reforçar essa disparidade entre os que possuem um nível socioeconômico maior e os que estão em desvantagem. Da mesma forma, as habilidades cívicas podem não facilitar a participação política *online*, que requer, por sua vez, habilidades técnicas específicas. No entanto, se a participação tradicional conduzida face a face, pelo telefone, por carta ou através da mídia não encoraja a participação *online*, o inverso parece acontecer.

Por outro lado, recursos como a velocidade da conexão e o acesso à internet no domicílio parecem influenciar o engajamento político *online*. De acordo com a teoria da mobilização de recursos, os custos associados com a participação no ambiente *online* podem ser superados por recursos *online* mais do que pelos recursos classicamente considerados importantes para atividades políticas *offline*.

Os autores entendem que a internet altera os tipos de recursos necessários para a atividade política, potencialmente gerando vantagens a um novo tipo de sujeito. A internet e as competências cívicas se relacionam entre si, distribuindo-se igualmente entre as categorias demográficas. Isso quer dizer que, embora um novo recurso seja necessário para participação

online, aqueles com os recursos convencionalmente necessários para participação possuem os recursos específicos ao novo meio.

Por esperar que os *policy makers* prestem atenção desproporcional às necessidades daqueles que são mais ativos no sistema político, os autores também sugerem que a participação *online* pode reforçar a vantagem política dos membros mais privilegiados da sociedade. Essa mesma preocupação foi apontada por Schelegel (2009), tomando como referência o contexto brasileiro, ou seja, de que a internet acabaria reforçando as desigualdades de renda e classe.

Anduiza *et al* (2010) mostram que a internet traz pelo menos duas implicações fundamentais para a participação política: a primeira é que os indivíduos podem interagir e acessar informações; a segunda é que os indivíduos podem se engajar em algum modo de participação política *online*. Indivíduos com mais recursos, como dinheiro, tempo e habilidades cívicas, podem suportar mais facilmente os custos de participação e desenvolver mais atitudes positivas frente à política, estando mais propensos a participar. As autoras desenvolveram uma extensão deste modelo de participação política baseado em recursos, incluindo habilidades cívicas *online* e tradicional, a fim de explicar atividades *online*, tais como assinar petições, contatar políticos e doar dinheiro na Espanha.

Elas mostram que os recursos tradicionais afetam a capacidade dos cidadãos superarem os obstáculos de estar *online*, mas que superado isso, a participação política é mais influenciada por recursos *online*. Depois do acesso, existem dois cenários: no primeiro, a participação política ainda tem custos, e ter alta renda e ser educado ou ter tempo livre e habilidades cívicas que promovam a participação, ou seja, os recursos tradicionais ainda explicam a participação; no segundo, as habilidades e recursos necessários para tomar parte em atividades mediadas pelo computador são diferentes daquelas requeridas para fazer parte de ações políticas tradicionais. As autoras chamam atenção para a hipótese de que os recursos tradicionais (renda, educação e habilidades cívicas) importam mais para o uso/acesso da internet do que para a participação *online*. Dentre os recursos para participação relacionados com os computadores e habilidades com a internet estão: a familiaridade com computadores; a frequência de acesso; e os hábitos de uso. Outra hipótese é que as habilidades relacionadas com a internet são importantes para todos os diferentes modos de participação *online*.

No que diz respeito aos modos de participação *online*, Anduiza *et al* (2010) entendem que tanto os recursos tradicionais quanto aqueles relacionados com a internet parecem ser particularmente importantes para contatar representantes políticos. Da mesma forma, a extensão dos hábitos *online* parece ser particularmente importante para fazer doações enquanto o tempo gasto *online* é particularmente importante para assinar petições, como as promovidas pela Avaaz. As autoras chamam atenção para dois pontos: primeiro, enquanto os recursos tradicionais são mais importantes para o acesso à internet do que para a participação *online*, os recursos relacionados com a internet são fatores explicativos da participação *online*; depois, os efeitos dos recursos na participação *online* dependem, em alguma extensão, dos modos de participação e das configurações do contexto político.

Anduiza *et al* (2009) assinalam que a exposição a mais informação pela internet pode produzir um aumento do interesse na política, favorecendo a participação. Isso não é um consenso, tendo em vista que a disponibilidade de informação não é necessariamente acompanhada pela capacidade de processar e interpretar, transformando-a em conhecimento, da mesma forma que um aumento da informação não pressupõe um aumento na qualidade desta. Ainda que a informação esteja disponível, é necessária a iniciativa do usuário para acessá-la, sendo que a internet pode promover um interesse na política entre aqueles que acessam conteúdos sociais ou políticos, como os membros da Avaaz, ao mesmo tempo que

pode reforçar uma não participação daqueles que não estão interessados em política e estão expostos a muitos estímulos, o que faz com que a informação política passe desapercebida. Além disso, a internet permite que indivíduos com interesses específicos selezionem apenas a informação que reforça sua posição. Por outro lado, as características da internet favorecem a recepção, por qualquer membro do público, de informação que não foi solicitada, especialmente por *e-mail*, como procede a *Avaaz*, mas também em fóruns de participação *online*. Este estímulo político pode impactar motivações e atitudes e levar a um aumento de interesse em questões políticas.

As autoras entendem que a contribuição da internet para prover informação política e seus impactos na participação podem ser resumidos em três pontos: o aumento do acesso e exposição à informação política na internet favorece a participação; um efeito positivo depende da motivação do indivíduo; e mesmo aqueles indivíduos que não estão ativamente procurando por informação política podem involuntariamente acessar, com impacto positivo em seu grau de envolvimento.

Ao analisar as campanhas da *Avaaz*, percebi que os indivíduos cadastrados na base de dados desta organização parecem estar motivados a receber informações sobre estas campanhas. Quando estes indivíduos resolvem compartilhar estas campanhas em seus perfis em *sites* de redes sociais, tais como *Facebook* ou *Twitter*, esta informação pode circular também entre indivíduos que não estavam procurando informação política, aumentando a possibilidade de participar e se engajar.

A internet parece contribuir potencialmente para um aumento na participação porque permite um fácil acesso a um elevado volume de informação, animando uma sociedade mais informada. Polat (2005) procura problematizar isso, abrindo duas questões. Primeiro, ao tentar entender se existe relação entre a internet e crescentes níveis de informação, sugere cinco limitações para o potencial da internet em contribuir para uma sociedade mais informada. São elas: a informação disponível precisa ser processada pelo usuário para ter sentido; existe um aumento na quantidade e fontes de informação, mas a amplitude e a diversidade dos argumentos ou a profundidade dos aspectos temáticos permanecem limitados; a distribuição desses conteúdos é desigual, beneficiando os avantajados em termos de renda, habilidades e acesso aos *links* políticos que são importantes para a participação; os diferentes usos da internet⁹²; e a possibilidade de fragmentação da informação.

A outra questão envolve entender se existe relação entre crescentes níveis de informação e participação política. Apesar de todas as limitações acima destacadas, a autora indica que a internet introduz oportunidades para aumentar o volume e as fontes de informação. Polat (2005) procura entender se a internet melhora ou altera qualitativamente os sistemas de comunicação existentes ou se só cria uma melhoria quantitativa decorrente da relativa facilidade e baixo custo de se comunicar pela internet. A autora chama atenção para duas relações.

Primeiro, entre a internet e a capacidade de comunicação. Para entender o potencial da internet para aumentar a capacidade de comunicação é importante investigar diferentes tipos de comunicação. Com isso, a autora entende que a internet suporta quatro formas diferentes de comunicação: a conversação, com a possibilidade de estabelecer diálogos; a agregação de informação, com a coleta, análise e transmissão de informação de muitos indivíduos para uma simples agência, como acontece em eleições, *surveys* e petições; a difusão de um centro para

⁹² Polat (2005) destaca que, na época, em 2004, os usos eram o *e-mail* e as mensagens instantâneas, mas também a livre navegação, a leitura de notícias, a busca de *hobbies* e informações para viagens, o rastreamento de cartões de crédito e os jogos, sendo que o uso político aumentava durante as eleições.

muitos receptores, de forma descentralizada; e os diálogos em grupo, permitindo interação entre grande número de emissores e receptores.

A autora assinala que a internet não afeta igualmente todas estas formas de comunicação. A contribuição para as duas primeiras formas (comunicação e agregação da informação) é mais quantitativa do que qualitativa, já que estas tecnologias não transformam a natureza da comunicação, mas a habilidade de fazer a comunicação mais conveniente. As tecnologias podem aumentar a capacidade de comunicação de uma forma desigual, suportando algumas formas de comunicação mais que outras.

A internet parece ser mais útil em facilitar certos modos de participação do que outros. Atividades como escrever para representantes ou assinar petições são mais fáceis de serem desenvolvidas *online* pelo público do que modos de participação que requerem um contato face a face, como participar de uma manifestação pública. O uso destas tecnologias também pode suportar formas expressivas mais individualizadas de participação política, na medida em que se constitui como um ambiente propício para os indivíduos manterem seus próprios *sites* e difundirem suas posições políticas sobre certos assuntos no caso mais recentes dos *sites* de redes sociais.

Embora o potencial para aumentar a capacidade de comunicação seja maior no diálogo em grupo, os modos de participação baseados em discussões e deliberações em grupo são limitados. Os atores políticos preferem usar a internet para agregação de informação através do emprego de votações eletrônicas, *surveys*, enquetes e petições, bem como usar o *e-mail* para comunicação entre o público e seus representantes.

Isso pode ser percebido na forma de operar da *Avaaz*, tendo em vista opção pela agregação de informação distribuída aos membros pelos alertas de *e-mail*, ambos centralizados pela organização. Não há qualquer tipo de comunicação com os membros fora disso, muito menos deliberação coletiva acerca das campanhas a serem lançadas. Além do mais, as informações contidas nos alertas são sumárias, servindo para situar o leitor no problema ao construir uma questão de forma breve, sem detalhes que possam permitir outras versões. Neste sentido, se aproxima muito de um panfleto.

Em segundo lugar, Polat (2005) destaca que a capacidade de comunicação da internet não afeta os diferentes modos de participação de forma igualitária. Embora a internet ofereça muito suporte para certos modos de participação, em especial deliberação em grupo *online*, ela é particularmente mais utilizada por outros modos de participação, como o contato por *e-mail* e registros *online* de visões individuais através de enquetes, votações ou petições eletrônicas.

A internet se mostra particularmente útil para a participação em um nível global, onde a distância é um problema para os participantes, possibilitando o surgimento de uma organização que se propõe a atuar globalmente como a *Avaaz*. Além disso, como ferramenta para a participação política, a internet é particularmente útil para certos segmentos da sociedade como aqueles que estão geograficamente dispersos (comunidades de interesses, diásporas étnicas, comunidades de questões) ou que simplesmente preferem se comunicar eletronicamente.

Vale destacar dois estudos empíricos. No primeiro deles, Wang (2007) aponta que a internet se tornou um importante veículo para a comunicação política, tendo em vista que, em busca de informação, alguém pode assistir videoclipes com discurso dos candidatos, emitir opiniões, se atualizar com informações e conferir informações sobre o voto em períodos eleitorais. Ao contrário da mídia tradicional, a internet permite à audiência selecionar e escolher a extensão da sua exposição à informação política. O potencial de interatividade entre o público e suas fontes, bem como sua riqueza de informações podem ser pensados para

facilitar a mudança política. A capacidade de transmissão da internet alterou os fluxos de informação por toda a sociedade, afetando o comportamento político do público em geral.

O uso político da internet pode ser visto em duas dimensões: a busca por informação política e expressão de opiniões. De acordo com os resultados da análise dos dados coletados em Taiwan, Wang (2007) assinala que o uso político da internet tem efeitos positivos tanto sobre as atitudes políticas quanto sobre a participação política, ou seja, quanto mais frequentemente os participantes expressam suas opiniões pela internet, maior seu interesse político, sua confiança na política, sua eficácia política e sua participação política. A internet constitui parte integrante de um processo de aprendizado que reforça o exercício de uma prática e, neste sentido, se tornou um importante meio de informação e comunicação política e, cada vez mais, os taiwaneses usam a internet para receber informações políticas e expressar opiniões sobre questões políticas.

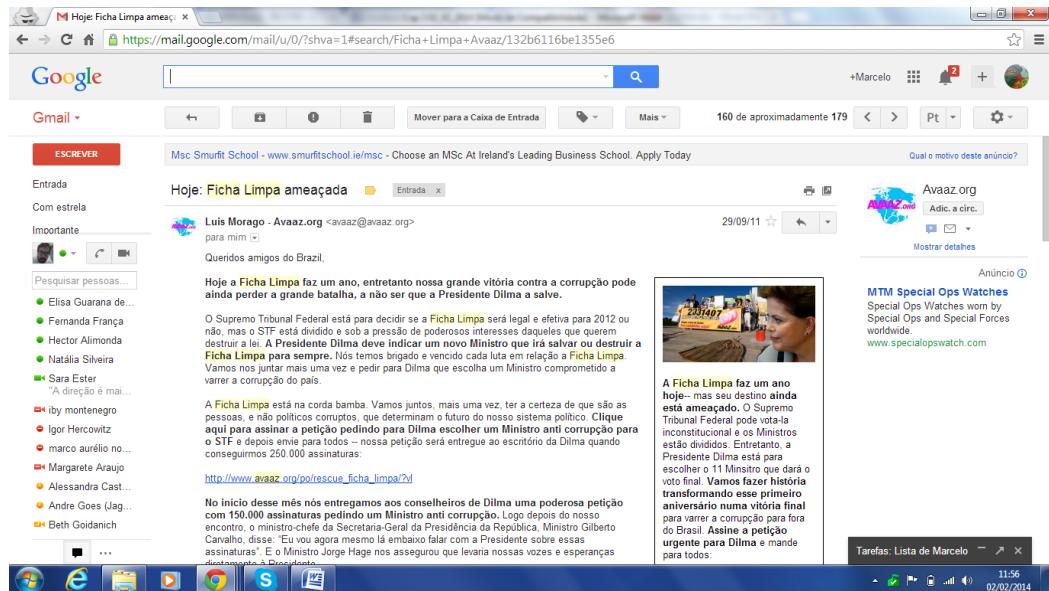
Dois outros resultados são enfatizados pelo autor. Primeiro, o uso político da internet tem um efeito positivo sobre as atitudes políticas, o que inclui dois componentes: busca de informação e expressão de opinião, sendo que os resultados mostraram que expressar opinião está mais relacionado com atitudes políticas do que apenas buscar informação, como antecipara Welman *et al* (2001). Pude verificar que a *Avaaz* possibilita que o membro se depare com uma informação política que pode ou não considerar relevante, sendo que recentemente a organização criou um canal de expressão para que os membros criem suas próprias petições no *site Petições da Comunidade*.

No segundo estudo, Margetts *et al* (2011) se voltam para os impactos da internet sobre as contribuições individuais para a ação coletiva. Assim, examinam como a participação política pode ser estimulada por uma característica da internet, ou seja, sua capacidade de fornecer *feedback* de informações em tempo real sobre a participação de outros indivíduos em uma determinada ação política. Tendo como base as petições eletrônicas em um estudo quantitativo, os autores partem de três hipóteses: essa informação torna possível que grandes grupos exerçam pressão social; essa pressão social será maior quando o número de outros participantes for grande, fazendo dos indivíduos conscientes uma massa crítica de apoio; e o *feedback* de informações sobre um pequeno número de outros participantes terá maior efeito, convencendo indivíduos de que a sua participação fará a diferença.

Se os indivíduos souberem quantos outros indivíduos assinaram uma petição, aumenta sua vontade em assinar ou assumir outros custos, como as doações, por exemplo. Um grande número de outros petionários encoraja indivíduos a assumir custos e assinar petições; e um pequeno número de petionários pode encorajar indivíduos a assumir os custos, pois percebem que sua contribuição pode fazer a diferença.

Neste ponto, me volto para descrever cada uma das oportunidades de participação que são propostas pela *Avaaz* aos seus membros através do envio dos alertas de *e-mail*. Começo pelas petições, que compreendem o principal formato das oportunidades de participação utilizadas pela organização. Os alertas de *e-mail* apresentam *links*, como pode ser observado na Figura 5 abaixo, e quando um membro clica nestes *links* é direcionado para uma área do *site* da *Avaaz*, que será analisada na sequência. O mesmo processo acontece quando qualquer indivíduo clica em *links* de campanhas da *Avaaz* que os membros desta organização compartilham nos seus murais do *Facebook* ou *timeline* do *Twitter*. O *site* se torna um ponto de passagem obrigatório para o engajamento dos membros nas diferentes oportunidades de participação propostas pela *Avaaz* nos alertas de *e-mail*.

Figura 5 – Alerta de e-mail “Hoje: Ficha Limpa ameaçada”



Fonte: E-mail “Hoje: Ficha Limpa ameaçada”, recebido em 29/09/2011.

Ao ser direcionado para uma área do *site*, conforme a Figura 6 abaixo, no lado esquerdo da tela, acima de um texto que contextualiza e justifica a campanha, geralmente de uma forma mais breve que no alerta de *e-mail* recebido pelo membro, existe uma espécie de contador que sinaliza o número total de indivíduos que assinaram a petição até aquele momento, bem como a meta das campanhas até o instante da interação.

No lado direito da tela, aparece um texto sintético, cujos elementos principais são uma introdução à petição e o alvo da mesma, geralmente em azul, trazendo instruções que orientam os indivíduos a assiná-la. Deste lado, também existem campos de cadastro a serem preenchidos — com dados como nome, *e-mail*, país e CEP — pelos indivíduos que desejam assinar a petição e estão interagindo neste ambiente pela primeira vez, sendo que aqueles que já são membros precisam apenas inserir o *e-mail* cadastrado no *site*.

Ainda no lado direito da página, mais abaixo, existe uma área que mostra os indivíduos que assinaram mais recentemente, disponibilizando informações como o nome, o país e a quantos segundos estes indivíduos assinaram a petição em questão. Por fim, mais abaixo, geralmente a *Avaaz* mostra a quantidade de mensagens compartilhadas pelos membros em redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter*, bem como por *e-mail*.

Figura 6 – Página da petição “O Poder das Pessoas vs Indústrias Petrolíferas”



Fonte: http://www.avaaz.org/po/make_shell_pay_b/?bjPDrbb&v=19091 (acesso em 06/11/2012).

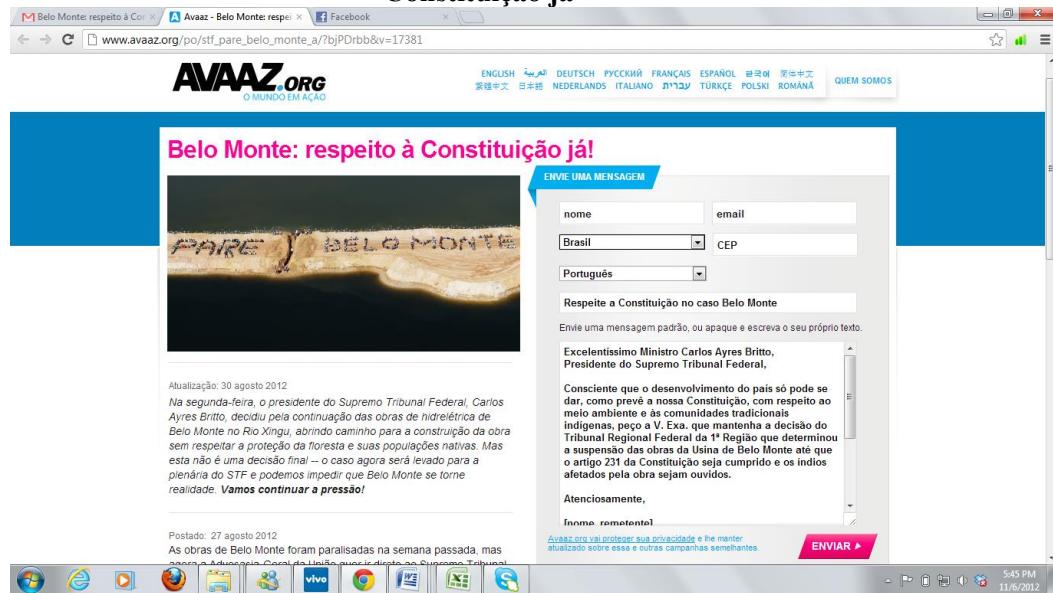
As entrevistas realizadas com profissionais da Avaaz deixaram claro que o sucesso das campanhas do tipo petição não se relaciona diretamente com o número de assinaturas reunidas, mas com a capacidade de criar a situação de mudança que se quer. O número de assinaturas se relaciona com a entrega da petição ao alvo estabelecido, além de se constituir como um elemento de pressão para engajar mais indivíduos. No entanto, a meta é vista como um instrumento de mobilização dos indivíduos.

o objetivo da petição está vinculado a você entregar esta petição ao alvo e conseguir criar a situação de mudança que se quer (...) O sucesso de uma campanha nunca está vinculado à quantidade de assinaturas que a gente consegue, então está vinculado à entrega desta petição e conseguir influenciar o alvo (entrevista com Diego Casaes, realizada em 25/09/2012).

Agora, a existência da meta em si é algo importante, mobiliza mais as pessoas. Sempre vai ter uma meta, e essa meta pode alterar, sempre vai crescer o *counter*, pois aquilo estimula as pessoas a convidarem outras pessoas a assinarem. Mas as metas, em geral, tirando situações específicas, são estabelecidas a partir de quanto a gente acha que é viável chegar (entrevista com Pedro Abramovay, realizada em 05/09/2012).

Outro tipo de oportunidade de participação é a que solicita aos membros o envio de mensagens aos atores que se pretende pressionar, como pode ser visto na Figura 7 abaixo.

Figura 7 – Página da campanha para envio de mensagens “Belo Monte: respeito à Constituição já”



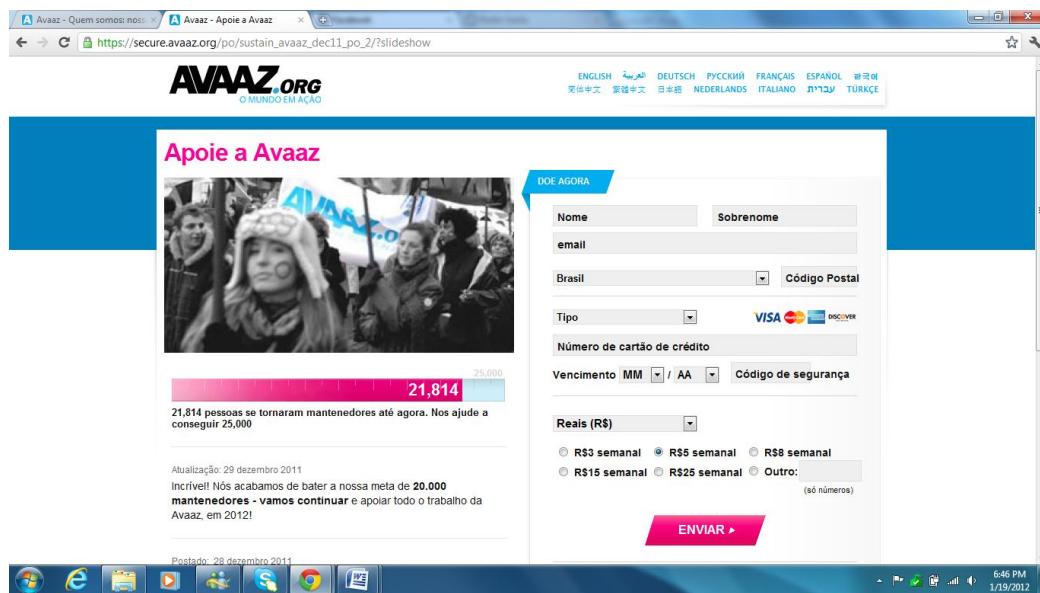
Fonte: http://www.avaaz.org/po/stf_pare_belo_monte_a/?bjPDrbb&v=17381 (acesso em 06/11/2012).

Esse tipo de ação encontra-se associado a uma ferramenta tecnológica que encaminha mensagens escritas pelos membros da *Avaaz* no *site* da organização diretamente para a caixa de *e-mail* dos alvos das campanhas em pauta,. Assim, após clicar em um *link* no alerta de *e-mail* recebido ou no mural do *Facebook* ou na *timeline* do *Twitter* de alguém que já seja membro, o indivíduo é direcionado para uma área do *site*, a fim de enviar sua mensagem.

Novamente, no lado esquerdo aparece um texto sintético, sendo que nem sempre aparece o contador e a meta. Enquanto isso, no lado direito existe a possibilidade do indivíduo escrever uma mensagem ou utilizar um texto padrão montado pela *Avaaz*, depois de preencher os campos designados. Neste caso, mais abaixo, aparecem os compartilhamentos em redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*.

Quando a oportunidade de participação é um pedido de doação, ao clicar em um *link* do alerta de *e-mail* recebido ou no mural do *Facebook* ou na *timeline* do *Twitter* de alguém que já seja membro, os indivíduos também são direcionados para uma área do *site* da *Avaaz*, como pode ser visto na Figura 8 abaixo. No lado direito, a página apresenta uma série de possibilidades para que os membros efetuem doações financeiras — depois de preenchidos campos com dados como nome, sobrenome, *e-mail*, país e código postal — por meio de cartões de crédito nas bandeiras *Visa*, *MasterCard*, *Discover* e *American Express*, o que demanda a inserção de dados como número do cartão, vencimento e código de segurança do mesmo.

Figura 8 – Página do pedido de doação “Apoie a Avaaz”



Fonte: https://secure.avaaz.org/po/sustain_avaaz_dec11_po_2/?slideshow (acesso em 19/01/2012, 18:48)

Neste caso, as opções são de doação semanal a partir de R\$ 3,00 por semana. No entanto, existem campanhas específicas de doações, como *Palestina: a hora é agora*, cujas opções de doação se iniciavam com R\$ 15,00 mensais, podendo também ser efetuadas em outras moedas, tais como euros, libras, yen e os dólares — australiano, canadense e americano. Também existe a possibilidade de doar pelo sistema *PayPal*⁹³. As doações são protegidas por sistemas de segurança como *McAfee Secure*⁹⁴ e *GeoTrust*⁹⁵.

Além disso, há um ícone “clique aqui”, quase escondido, no qual a *Avaaz* disponibiliza outras formas para que os membros efetuem doações. Ao clicar nele, outro ambiente⁹⁶ se apresenta, com as seguintes opções: cheques, por correio, doações mensais através da conta bancária do membro, pelo telefone e por transferências bancárias. Cabe destacar que, segundo a *Avaaz*, toda a estruturação financeira da organização se dá a partir das doações dos membros, sem aceitar doações de empresas ou governos. A doação remete a um ato de confiança na instituição, diferente de assinar um *e-mail*.

Outra oportunidade para a participação dos membros é efetuar ligações telefônicas para alvos pré-determinados nos alertas de *e-mail*, geralmente com a possibilidade de fazer um comentário no *site* da *Avaaz*. Além disso, a partir de meados de 2012, a *Avaaz* lançou o portal *Petições da Comunidade*⁹⁷, onde qualquer indivíduo pode criar uma petição a partir da plataforma tecnológica desta organização. Ao criar uma campanha nesta plataforma, passa a mobilizar sua rede de contatos, que é apropriada pela *Avaaz* para suas campanhas. E, no caso

⁹³ Trata-se de uma forma pela qual os indivíduos e as empresas enviam e recebem dinheiro on-line, que serve tanto para compradores quanto para vendedores. Para mais informações: https://www.paypal.com/br/cgi-bin/webscr?cmd=xpt/Marketing_CommandDriven/bizui/WhatIsPayPal-outside (acesso em 19/01/2012, 18:55).

⁹⁴ <https://www.mcafeesecure.com/us/legalinfo.jsp?domain=us.mcafee.com&lang=PT> (acesso em 21/07/2011, 11:51).

⁹⁵ <http://www.geotrust.com/ssl/ssl-certificates-premium/> (acesso em 21/07/2011, 11:52).

⁹⁶ http://www.avaaz.org/po/ways_to_give/?form (acesso em 21/07/2011, 11:58).

⁹⁷ <http://www.avaaz.org/po/petition/> (acesso em 08/01/2014, 15:06).

de alguma campanha apresentar algum destaque em termos de número de assinaturas, a mesma pode ser escolhida para ser trabalhada com o *mailing* da organização.

Além disso, com alguma frequência, a *Avaaz* também procura manter uma comunicação no formato de prestação de contas com seus membros, enviando alertas de *e-mail* com resumos das principais ações que foram tomadas no tempo. Nestes comunicados são apresentadas campanhas consideradas vitoriosas pela *Avaaz*, resumo das campanhas executadas, fotos de entregas de petições, sendo também divulgado e comemorado o crescimento do número de membros. Não se trata de uma demonstração dos fluxos financeiros, sendo que vale destacar que os balanços financeiros anuais se encontram disponíveis no *site* da organização, mas não foram objetos de análise nesta tese.

Se para assinar petições e enviar mensagens, o custo de participação é menor, dependendo principalmente do tempo necessário para desempenhar a ação, quando se trata de realizar telefonemas ou doações, torna-se necessário o desembolso financeiro. Estas oportunidades de participação não parecem disponíveis para qualquer indivíduo, mas para aqueles que têm acesso à internet, habilidade de navegar pela rede e condições financeiras — não só para doar ou realizar telefonemas, mas até mesmo acessar a rede.

A participação dos membros nas campanhas da *Avaaz* se dá a partir de oportunidades que são delimitadas pela organização. Durante a pesquisa, entrevistei 25 indivíduos que eram consideradas membros da *Avaaz*. Estas entrevistas contém um viés, pois foram feitas por *e-mail* e a partir de uma seleção que foi ordenada pela página desta organização no *Facebook*, quando percebi, por volta de março de 2013, que 51 contatos meus naquele *site* também recebiam notícias da *Avaaz*. A partir daí, tentei contato por *e-mail* com todos eles, obtendo 25 respostas, provavelmente de indivíduos que moram em cidades e tem um nível de escolaridade com nível superior completo, o que não impede de serem consideradas neste trabalho, deixando claros os limites para generalização inerentes a uma pesquisa de caráter qualitativo.

Nestas entrevistas procurei entender como estes indivíduos conheceram a *Avaaz*, como se sentem como membros desta organização, a opinião a respeito das campanhas comunicadas, como participam delas, a quantidade que lembra ter participado, a que foi mais marcante, se já efetuou doação financeira para a *Avaaz*, se participa de algum outro movimento ou organização, se compartilha suas ações com sua rede de contatos em *sites* de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*.

Todos os membros consultados remetem a sua participação à assinatura de petições eletrônicas que são objeto das campanhas da *Avaaz*. Alguns citam que às vezes deixam uma mensagem de apoio no *site*, quando possível, outros destacam que é uma participação mais “simbólica e estatística”. Uma entrevistada vê a *Avaaz* como uma “ponte”, pois quase sempre se sente “invisível em relação ao mundo, tanto como cidadã, quanto como consumidora, sendo que algumas instituições cavam uma distância enorme entre os seus dirigentes e o público”, e, quando é uma questão que a incomoda, ela vê uma forma de se “manifestar e ter voz ativa”.

Outra forma de participação é a divulgação das ações empreendidas pelos membros, o que é praticado pela maioria dos entrevistados, em especial por meio de compartilhamento de *links* em *sites* de redes sociais, sendo que o *Facebook* aparece como o principal deles, ainda que o *Twitter* apareça entre os entrevistados. O envio de *e-mail* para redes de contatos também é uma forma utilizada por alguns entrevistados como forma de divulgar sua adesão às campanhas.

A doação financeira também é vista como uma forma de participação, bem como a participação em manifestações nas ruas, quando ocorrem convocatórias, como parece ter sido

o caso de uma das estratégias da campanha contra a permanência do Deputado Marcos Feliciano na Presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados.

No que diz respeito à doação, entre os indivíduos que entrevistei, são poucos os que contribuem financeiramente com a organização. Esta contribuição pode ocorrer em apoio a causas pontuais ou de forma permanente, pelo que os dois entrevistados que contribuem disseram. Alguns dos membros que não fizeram doações em dinheiro apresentaram justificativas, dentre as quais não ter condições financeiras para tal. Outros disseram ter críticas a esse formato de entidade, mesmo reconhecendo seu lado positivo. Entre os entrevistados, alguns indivíduos disseram que haviam pensado, em algum momento, em fazer uma doação, em especial quando a causa emociona. Parece existir também uma desconfiança sobre o destino que o dinheiro terá.

Os entrevistados disseram participar de campanhas, movimentos sociais e associações cívicas de orientações variadas. Dentre os que foram citados, relaciono: outras organizações que desenvolvem petições *online*, tais como a *Change.org* e outros *sites* de petição; contra a intolerância; campanhas da Pastoral do Migrante no Vale do Jequitinhonha/MG; *wikicidade*, que funciona como ponte entre a população e suas demandas, no Rio Grande do Sul; pela formação de uma associação de transportes coletivos em Nova Friburgo/RJ; movimento feminista; comitê de campanha eleitoral de Marcelo Freixo; rede anti-racista da Alemanha; campanhas pelo desarmamento, pela captação de doadores de medula óssea e pelo bom funcionamento dos bancos de medula; *Greenpeace*; *Catarse*; *Médicos sem Fronteiras*; campanhas para doação de sangue, órgãos e tecidos; organizações de filantropia e voluntariado, tais como *Junior Achievement*, *De Molay Brasil* e participação em aulas em pré-vestibulares comunitários.

As entrevistas com os membros mostram que há uma divisão clara no que diz respeito à eficácia das campanhas desenvolvidas pela *Avaaz*: de um lado, os entrevistados apresentam dúvidas e ainda dizem não concordar com todas as campanhas deflagradas pela organização; de outro, veem as campanhas como instrumentos efetivos para a mudança social.

Começando pelo primeiro grupo, os entrevistados sinalizam que algumas campanhas são mais importantes do que outras. Neste sentido, as campanhas brasileiras parecem gerar uma atração maior. Existem indivíduos que dizem que não participam de todas as campanhas e que ficam inseguros, em especial quando não conhecem o tema em questão. Outros dizem que algumas campanhas são relevantes, enquanto outras são descoladas da realidade, ainda que bem intencionadas. Uma opinião corrente é de que “muitas não vão pra frente, seja pela divergência de opiniões ou por terem como foco uma causa inexpressiva”. Neste grupo, a sensação é de que grande parte das petições não tem “resultado prático, pois, infelizmente, não se tornaram instrumentos legais”. Uma entrevistada se mostrou preocupada com o excesso de convites para participar, demonstrando medo de que se banalize e “seja uma forma de ocupar um espaço pela não-ação”.

Apesar disso, entre estes indivíduos do primeiro grupo existem os que acreditam que as campanhas tratam de assuntos de extrema importância para a garantia de direitos, colaborando com a inserção de diversos segmentos na agenda política e contribuindo para o exercício do controle social, inclusive por meio “daqueles cidadãos que antes não participavam de forma alguma”. A *Avaaz* possibilita que as minorias lutem por seus direitos, publicizando-os, e que façam isso em nível planetário, se utilizando da internet para este fim, além de ser um instrumento que é visto como sendo “altamente democrático”.

No segundo grupo, as campanhas são vistas como iniciativas de interesse público e que dão resultado, chamando atenção para a amplitude e variedade dos temas, que conferem

um perfil democrático ao *site* e “expressam a vontade de mudança por partes consideráveis da sociedade”. Alguns entrevistados veem as campanhas como uma possibilidade de participar de propostas por mudanças globais utilizando a internet, dando visibilidade aos mais diversos problemas que ocorrem no planeta, com forte apelo social e ambiental. As campanhas permitem contato com problemas bastante graves ao redor do mundo que precisam ser resolvidos com urgência.

Os entrevistados chamam atenção para o fato de que as campanhas seguem uma mesma linha ideológica, reivindicando mais justiça social, sustentabilidade, ética e transparência nas decisões políticas, direitos dos animais, entre outros temas que encontram “um ponto de convergência na luta de indivíduos que desejam um mundo mais humano”. Trata-se de campanhas audaciosas, pois não se importam com as dificuldades “impostas pelos interesses contrários diretos e pela imprensa sensacionalista e corrompida, e mesmo de indivíduos que são simplesmente pessimistas com tudo ou que vivem do prazer de criticar”.

Estes entrevistados salientam a pertinência das campanhas, que são capazes de mostrar a força que a sociedade pode ter em relação a determinados assuntos, face à inoperância dos políticos em relação aos desejos dos cidadãos comuns, que não tem acesso direto à direção dos negócios públicos, sendo tratados com descaso pelos políticos, cujo papel seria de ouvir a opinião pública. A *Avaaz* aparece como uma organização que possibilita participação e fomenta o interesse da sociedade civil em fiscalizar o governo e os que estão no poder, a exemplo das grandes corporações, a partir de temas bem recortados que representam um conjunto grande de grupos sociais e ideologias que, de outra maneira, não poderiam estar organizados.

Os entrevistados destacam a abordagem de temas de extrema relevância global, com ênfase no combate à corrupção e a defesa dos direitos humanos. O formato de petição parece adequado ao meio *online*, por ser um instrumento de participação que “permite praticidade ao usuário ao mesmo tempo em que possibilita que diversos usuários sejam atingidos e cooptados ao mesmo tempo”. Esses membros acreditam na capacidade de mobilização da organização, tendo em vista que “em um cenário tão plural é cada vez mais visível a adesão de novos e diversificados grupos às campanhas de *sites* como a *Avaaz*”.

Pereira (2011) destaca que o ativismo com a internet se relaciona com estratégias de ação desenvolvidas em rede pelos movimentos sociais e organizações através da articulação com outras entidades ou da tentativa de convencimento de um universo de indivíduos que se encontram na rede podendo ser seduzidos a participar das campanhas promovidas pelos primeiros. Para que estes indivíduos participem das ações de mobilização promovidas é necessário que exista uma ação volitiva dos mesmos, acessando as páginas e vendo o que acontece em termos de mobilização, ou estejam vinculados a alguma lista de discussão ou lista de *e-mails* para que estejam informados sobre o que está a ocorrer, como acontece no caso da *Avaaz*. Trata-se de uma rede informal onde as mensagens convocatórias das ações irão circular. Este caminho se processa inicialmente das entidades para os seus filiados e, depois, através de redes pessoais, para um público mais alargado que receberá uma mensagem eletrônica recrutando apoiadores e participantes para uma determinada atividade. Neste sentido, cabe entender como se dá o engajamento nas campanhas da *Avaaz*.

3.3. Engajamento entre os Membros da *Avaaz*

No meu ponto de vista, o engajamento remete à capacidade de os indivíduos se envolverem com alguma causa política, seja ela durável ou pontual, coordenada ou não por alguma organização. Quero mostrar que existe um tipo de engajamento específico que é

concretizado por aqueles indivíduos que aderem às oportunidades de participação oferecidas pela *Avaaz*. Este tipo de engajamento remete a uma participação pontual e numa esfera mais individualizada, ainda que seja coordenado por uma organização. Nesta seção, saliento também como o engajamento se relaciona com a capacidade de influenciar nos processos de tomada de decisão no caso de ações coletivas coordenadas por organizações.

Considerando que os casos de ação coletiva recente que chamaram mais atenção em âmbito global não foram geridos por qualquer organização ou organizador central, tais como a Primavera Árabe, os *Indignados* e o movimento *Occupy*, bem como os recentes protestos que aconteceram no Brasil, Bimber *et al* (2012) entendem que as novas capacidades criadas pela inovação tecnológica têm alterado as dinâmicas de ação política e a intervenção das organizações em direção a um aprimoramento e valorização da agência individual. De muitas maneiras, o período atual remete a muitas escolhas entre alternativas sobre como os indivíduos podem se envolver coletivamente e que coletividades seriam essas.

O novo ambiente de mídia digital induziu novas e inesperadas oportunidades para a ação coletiva na medida em que os indivíduos estão crescentemente imersos em uma atmosfera em que suas práticas rotineiras compreendem compartilhar ideias, conexões e interesses. Esse novo ambiente parece reforçar práticas cidadãs que passam ao largo de normas e instituições, indo em direção a caminhos mais personalizados de constituição de um ser cívico. Não se trata do fim das organizações na vida cívica, mas de sua transformação, especialmente no que diz respeito ao conteúdo do termo cidadania, ao papel dos cidadãos e suas formas de envolvimento cívico. Todas as formas de organização, das rigidamente burocráticas e formais até aquelas livremente organizadas, foram afetadas pela recente disponibilidade e disseminação de ferramentas tecnológicas que permitem uma grande variedade de opções comunicativas passíveis de serem utilizadas por indivíduos que compartilham objetivos que podem ser alcançados através da ação coletiva.

Por sua vez, quando organizações criam um novo tipo de engajamento com a internet, oferecendo aos indivíduos caminhos alternativos ao demonstrar sintonia com o desejo de escolha dos indivíduos, sinalizam que é possível compatibilizar uma ampla diversidade de perspectivas e visões de mundo com a via associativa. A disseminação da internet, a expansão de organizações com novo perfil organizativo e a criação de novas organizações formais configuraram tendências das duas últimas décadas. Ao lado de novas formas de ação coletiva, que enfatizam as redes sociais e a produção social de bens públicos facilitados pela mídia digital, as organizações tradicionais vêm se mantendo, inovando e fazendo coisas que desafiam o modo como os cientistas sociais têm tradicionalmente compreendido engajamento, ou seja, as motivações que levam à participação em grupos políticos e organizações e o que guia a ação coletiva em estruturas formais.

Bimber *et al* (2012) defendem que a questão central é entender como os indivíduos vivenciam a ação coletiva em organizações formais no ambiente de mídia contemporâneo. Os autores se interessam pelas experiências dos indivíduos que participam em diferentes organizações formais, procurando situar experiências destes indivíduos no tipo de ação coletiva coordenada por organizações. Para tal, consideraram indivíduos que optam por pertencer a alguma organização ao invés de realizar seus objetivos coletivos por meio de alternativas à adesão organizacional e, então, entender como esses indivíduos vivenciam seus engajamentos.

Grande parte dos indivíduos que entrevistei sentia que fazia parte da *Avaaz*, com alguns deles fazendo referências ao sentimento de pertencer a uma rede ou a uma ação coletiva. Por outro lado, uma parte menor, mas considerável, dos entrevistados não se sentia como um membro ou ficava em dúvida neste ponto.

Vou considerar estes dois grupos, começando pelos que não se sentiam como membros da *Avaaz*. Neste caso, parece haver dúvida no que diz respeito à diferença entre ser ou não membro, tendo em vista que esta organização considera como membro qualquer indivíduo que tenha participado de qualquer ação por ela promovida. Uns destacam que as petições são válidas para manifestar opiniões contrárias ou favoráveis a determinados assuntos que não são de acesso direto do público; outros chamam atenção para um papel limitado da sua ação, considerando que apenas assinam estas petições.

No grupo dos que não se sentem como membros, os indivíduos geralmente se veem como “apoiadores”, que fazem algo para o bem da coletividade e para um mundo melhor, ou mesmo “um cidadão que faz uso desta ferramenta”. O engajamento ainda é visto como contrapartida de uma contribuição financeira, como no caso da entrevistada que aponta que sua atuação é mais ligada à participação nas petições e divulgação das causas com as quais se identifica. Mesmo que não se sinta um membro, outro entrevistado percebe a *Avaaz* como uma organização que tem poder de arregimentar indivíduos para causas importantes de serem resolvidas ou pelo menos divulgadas.

Por fim, neste grupo, os indivíduos entrevistados chamam atenção para um “vínculo circunstancial”, ou seja, se identificam com a *Avaaz* na medida em que “suas campanhas refletem opiniões e defendem causas com as quais compartilha e acredito”. Existe uma colaboração deste indivíduo com a organização, que se resume à assinatura das campanhas e está “condicionada à existência de identificação entre a causa e os meus julgamentos”. Outra opinião reforça a força das circunstâncias, relacionando seu engajamento nas causas com os seus interesses e assumindo que é “mais passiva”, ou seja, aciona as ferramentas da *Avaaz* “quando recebe uma sugestão em que eu acredite e que queira me envolver”.

No que diz respeito àqueles que se sentiam como membros da *Avaaz*, alguns diziam se sentir parte de uma ação coletiva que constitui uma forma de “ativismo diferente”, representando um desejo por mudanças por parte da sociedade. Estes indivíduos se sentem contemplados como participantes de um “movimento de massas” quando a *Avaaz*, através dos *e-mails* que envia, levanta a defesa de causas coletivas com conteúdos programáticos, trazendo neles uma “sensação de ser útil à coletividade”. A ideia de fazer parte de uma comunidade verdadeiramente global, “voltada para ideais de paz e liberdade, com integrantes desejosos de fazer algo prático por um mundo melhor” surge para um dos entrevistados da mesma maneira que fazer parte desse coletivo de indivíduos que assinam petições e, algumas vezes, vão às ruas, faz com que uma entrevistada sinta que “está podendo agir em mais de uma frente, a sensação de que a união faz a força”.

Os indivíduos entrevistados entendem fazer parte de uma rede que mobiliza indivíduos em um processo que consideram “positivo, importante e democrático”, identificando-se com questões pontuais que atingem alguma amplitude por meio das petições. Mesmo de dentro de casa, estes entrevistados acreditam que podem “ajudar a construir um mundo melhor” e, assim, não se sentem tão impotentes diante das questões que assolam o planeta. Ao destacar que faz parte de uma rede “do bem”, uma entrevistada assinala algumas nuances da sua participação, ao dizer que

há causas que, para mim são muito distantes e não sei exatamente que postura devo ter em relação à elas. Acho que ao ser ativista “de tudo” acabamos por ser ativistas de “nada”. Tenho que conhecer o que está sendo colocado para mim. Nas questões políticas recentes (petição para a saída de Feliciano, Renan Calheiros) me envolvi porque as conheço (não tão a fundo quanto gostaria). Reconheço que não temos informações precisas sobre as coisas, e me assusta a possibilidade de participar como ativista numa causa que desconheço, com a qual não tenho proximidade, não

conheço as partes envolvidas. Para mim, não há como participar apenas por participar. Você está lutando por algo. Tem que haver paixão pela causa.

Um entrevistado diz que, com seu engajamento, se sente como um cidadão que possui uma forma eficiente de participar da “agenda sócio-política em nível local, nacional e mundial”. Para outro entrevistado, o sentimento de pertencer a um todo vem acompanhado da consciência de que a participação popular não se restringe à experiência proporcionada pela Avaaz, destacando que “determinadas petições tem um efeito positivo na vida não virtual”. Assim, nem todas as petições são vistas como eficazes, como uma entrevistada que entende que “às vezes acha importante, às vezes que não tem efeito”.

Vale destacar a opinião de um entrevistado, que se sente satisfeito consigo, considerando que ainda que sua participação seja uma iniciativa pequena, sente que está contribuindo e dando minha opinião sobre temas importantes e de vital interesse. Para ele, o “ativismo virtual é muito importante nos dias atuais, onde a velocidade das mudanças exige ação rápida da sociedade civil”.

Bimber *et al* (2012) enfatizam as experiências de indivíduos que operam em um ambiente tecnológico caracterizado por alguns recursos que estão teoricamente conectados à ação coletiva e à estrutura organizacional pela natureza das fronteiras. As mídias digitais, como *Facebook* e *Twitter*, por exemplo, podem ser vistas muito frequentemente como uma coletividade de ferramentas e como um contexto para organizar. No entanto, nem sempre é o caso de uma ferramenta ser muito útil ou consistentemente crucial ao longo dos tempos e dos eventos. Assim, muito do que ocorre hoje como resultado da tecnologia se relaciona com a paisagem social, econômica e cultural e pode ser descrito mais como uma mudança de escala.

Os autores chamam atenção para dois recursos do ambiente tecnológico contemporâneo que consideram relevantes do ponto de vista da ação política. O primeiro é a capacidade do ambiente tecnológico envolver os indivíduos uns com os outros socialmente, politicamente e intelectualmente. O segundo é a ubiquidade, ou seja, uma presença que permeia toda sociedade, que é relevante porque influencia na orientação psicológica dos indivíduos e nas práticas que resultam, bem como na forma com que as organizações percebem seus ambientes.

A Avaaz faz testes constantes com novas formas de ação e conexão em função do baixo custo e da facilidade propiciada pelas ferramentas da internet, o que lhes permite segmentar seus membros, personalizar suas interações com eles e rapidamente desenvolver solicitações e respostas para enfrentar um ambiente político turbulento e volátil. Ao possibilitar escolhas aos indivíduos sobre quais questões seguir e como, a Avaaz explora a estrutura da tecnologia para transferir critérios e alguma autoridade para as mãos de seus membros, o que pode ser visto, por exemplo, quando eles compartilham *links* das campanhas em seus perfis em *sites* de redes sociais, bem como com a criação do site *Petições da Comunidade*, que permite a qualquer membro criar sua própria petição.

No entanto, Bimber *et al* (2012) alerta que enquanto permite que indivíduos ajam mais facilmente de acordo com seus próprios interesses e estilos de participação, paradoxalmente esta mudança de direção pode representar uma perda de direitos em certo sentido, na medida em que os indivíduos têm que tomar cada vez mais atitudes para manter sua privacidade e controlar suas informações pessoais.

Os modelos que conectavam recursos a organizações e estas à capacidade de empregar tecnologias dizem muito pouco em um mundo em que a tecnologia é ubíqua, ou seja, os cidadãos estão imbricados em fluxos de comunicação e informação contínuos e as escolhas feitas por eles para usar um ou outro meio de comunicação não são obviamente discretas, pelo

contrário. Quando virtualmente qualquer um pode se comunicar com qualquer outro, a tecnologia recua a um segundo plano, um pano de fundo. Apesar da existente divisão digital, as mídias digitais estão chegando a um ponto tal em que os sistemas, práticas e contextos que elas criam afetam essencialmente qualquer um.

Os autores destacam que este novo ambiente expande os meios que os indivíduos têm para se engajar nas organizações: expressar opiniões, dar retorno, comentar, participar em enquetes e fazer sugestões. Também coloca os membros das organizações em contato uns com os outros, permitindo que aqueles que estão interessados conhecer outros, compartilhar interesses públicos e privados, bem como auto-organizar com a organização em torno de questões de interesse mútuo. O ambiente de mídia digital possibilitou novas e desconhecidas oportunidades para a ação coletiva com os indivíduos imersos em uma atmosfera em que suas rotinas incluem práticas de compartilhar ideias, conexões e interesses.

Bimber *et al* (2012) entendem que uma grande parte da vida social contemporânea envolve a produção e compartilhamento de informações em repositórios, bancos de dados e arquivos. Todos estes recursos criam tremendas oportunidades para esforços de ação coletiva ao colocar informação diretamente nas mãos dos usuários finais, tornando as organizações e o trabalho que elas fazem mais transparentes, e dando aos indivíduos fontes de informação alternativa, que frequentemente revelam redes de interesse compartilhado. Estas práticas sociais emergentes apresentam muitas implicações para a ação coletiva ao estabelecer hábitos e normas coletivas, alterando o entendimento dos indivíduos sobre a informação pública e privada, ou literalmente criando bens públicos de vários tipos.

Um ambiente em que indivíduos na periferia de uma grande rede estão aptos a compartilhar ideias, coordenar ações e comunicar-se uns com os outros sugere mudanças na ação coletiva e na adesão em organizações que promovem ação coletiva. Os autores destacam quatro aspectos de esforços bem-sucedidos da ação coletiva: fazer com que preferências e desejos de uns sejam conhecidos por outros, localizando indivíduos com interesses compartilhados, conectando esses indivíduos e facilitando sua coordenação e comunicação. Quando uma ferramenta dotada das capacidades básicas da internet (comunicação, conexão, compartilhamento de informação e ligação) se torna ubíqua, cada uma dessas habilidades é aprimorada e compõe uma parte rotineira da vida, mais do que uma escolha discreta e consciente das relações. Estas ferramentas também se tornam parte da vida nas organizações da mesma forma que permite ações fora delas. O fato de algumas habilidades se tornarem rotineiras afeta não somente indivíduos que iniciam esforços de ação coletiva sem ajuda de organizações, mas também a experiência de membros de organizações que promovem ação coletiva, influenciada pela evolução de expectativas, normas e possibilidades destas ferramentas tecnológicas.

Muitos usos da tecnologia confundem categorias do espaço público e privado, comunicação pública e privada e o espaço social individual com o espaço coletivo. Bimber *et al* (2012) entendem que o enfraquecimento destas fronteiras permite grande independência e oportunidades para empreendedores individuais, bem como importantes implicações para ação coletiva no contexto das organizações formais. Quando as fronteiras são permeáveis e facilmente navegáveis, bem como os custos de contribuir para bens públicos se tornam triviais ou não observáveis, então a escolha de participar em esforços coletivos não é mais um único aspecto a se considerar para entender a ação coletiva. Quando as fronteiras são facilmente cruzadas, a definição de adesão organizacional se torna uma noção fluída e vaga.

Embora mais difíceis de reconhecer do que aquelas definidas por instituições políticas ou práticas culturais, as fronteiras constituídas por arranjos de comunicação e fluxos de informação também influenciam fortemente o comportamento dos indivíduos. As fronteiras

de comunicação e informação separam o que é privado do que é público, o que é pessoal do que é social, o que é meu do que é seu e nosso, quem interage com quem, e quem é capaz de se engajar em processos sociais e organizacionais.

Bimber *et al* (2012) entendem que as fronteiras são o núcleo da ação coletiva. A capacidade de interagir diretamente uns com os outros estabelece uma base da ação coletiva através da identificação de interesses comuns e habilidade para agir juntos. Quando um indivíduo recebe uma mensagem de alguém que ela conhece ou da organização da qual ela é membro e, sem muito esforço, compartilha com outros indivíduos de sua própria rede social, alguns destes vão compartilhar esse conteúdo com outros indivíduos que o emissor original não conhece, dentro ou fora da organização. Alguns destes indivíduos vão repetir este ciclo e a mensagem atravessa fronteiras de redes e organizacionais.

O *site* de petições da Avaaz, o *Petições da Comunidade* pode ser visto como uma fronteira abrangente. Aqueles que não são membros da organização são bem-vindos para usar o *site*, tanto quanto os que são. Ao usar este *site*, ativistas e assinantes de petição criam sua própria rede de ação e trazem esta rede para a Avaaz, que pode tentar recrutar estes indivíduos para suas ações futuras.

Os autores sugerem que o engajamento de indivíduos em ações coletivas promovidas por organizações formais transpira em parte através de um processo de interação e negociação dos ambientes comunicativos e informacionais, da mesma forma que nos casos de organização de ações menos organizadas. As tecnologias ajudam os indivíduos a desenvolver identidades coletivas e identificar queixas e preocupações comuns. Ela não altera simplesmente o cálculo da participação, mas também aumenta a expressão pública de novos tipos de interesses privados.

Não é suficiente dizer que as formas contemporâneas de ação coletiva são estritamente tecnológicas em sua natureza. As ações coletivas são produto de condições da sociedade em que elas emergem, sendo que, no estágio atual, são influenciadas pelo uso que os indivíduos fazem da internet, enfraquecendo as fronteiras da era industrial, que se tornam menos importantes para constranger os comportamentos, delimitar esferas de interação ou comunicação, separar o privado do público, definir as escolhas dos indivíduos e restringir os papéis que eles desempenham nas organizações. As tendências sociotécnicas relevantes para a ação coletiva passam pelo *design* da internet e ferramentas associadas a uma estrutura voltada para o usuário final, que alteram as possibilidades para empreendimentos individuais, ampliando-as; mas também pela ubiquidade da internet, que afeta a intencionalidade, a escolha, a presença de oportunidades, as expectativas de engajamento e as orientações para práticas sociais.

Dentre os assuntos inerentes à ação coletiva, Bimber *et al* (2012) destacam o envolvimento de indivíduos em negócios comunitários, voluntariado e atividades de caridade; associações e identificações políticas e sociais; níveis de confiança social e participação na democracia. Tradicionalmente, este envolvimento em ações tomadas por dois ou mais indivíduos perseguindo um mesmo bem coletivo podem ser enquadradas no objetivo de obter algum resultado compartilhado ou bem público. As perspectivas de ação coletiva podem ser aplicadas a uma grande variedade de fenômenos, dentre os quais participação através do voto, adesão em grupos de interesse, curso dos movimentos sociais e o sucesso de alianças internacionais.

O desafio da ação coletiva em suas formulações tradicionais pode ser entendido como gerar suficiente interesse entre um subconjunto do público em contribuir com recursos adequados para chegar a um objetivo compartilhado. Dentre os obstáculos na construção de uma ação coletiva eficaz, Bimber *et al* (2012) listam: a tentação de pegar carona nos esforços

dos outros, as dificuldades em localizar contribuições apropriadas, o desafio de motivar os indivíduos a contribuir sob condições em que os custos individuais parecem superar os benefícios, e a dificuldade de coordenar todas as contribuições efetivamente. Para os autores, nesta visão clássica, o elemento chave da ação coletiva é a escolha individual feita em relação a solicitações e oportunidades, sendo que o enquadramento remete a um indivíduo como respondente e tomador de decisão.

A escolha de contribuir para esforços de ação coletiva, ou pegar carona nos esforços dos outros, é mais explícita onde os custos da ação são óbvios e não triviais, bem como onde as fronteiras entre a ação e a não ação, ou entre público e privado, são claras e não facilmente cruzadas. Muitos dos obstáculos à ação coletiva são assumidos, assim, como problemas de comunicação organizacional: localizando e encontrando os participantes apropriados; persuadindo esses indivíduos a permanecer envolvidos no processo, a despeito dos custos ou eventuais retrocessos políticos; coordenando seus esforços. Essas diferentes atividades demandam, sem dúvida, uma infraestrutura de comunicação custosa e elaborada. A ação coletiva, assim, é considerada bem-sucedida quando seus recursos são bem empregados, ou seja, quando envolve participantes que se aproximam, apresentando uma coordenação central, clara liderança, bem como regras e recursos organizacionais reconhecidos.

Bimber *et al* (2012) consideram que, nesta perspectiva tradicional da ação coletiva, as teorias e as tipologias das organizações podem variar no grau em que se voltam para as dinâmicas organizacionais, considerando a força das fronteiras, mas todas elas visam dimensões básicas de organizações formais: classificar propósitos organizacionais; discriminar entre os tipos e a natureza das relações entre os membros; distinguir entre estruturas organizacionais. Os estudiosos das organizações, por exemplo, tendem a focar em dois pontos interrelacionados: de um lado, os desafios da apatia dos membros e as caronas; de outro, a tendência geral para o controle oligárquico ou um movimento rumo à centralização e hierarquia a fim de atingir objetivos de forma eficiente.

No entanto, hoje em dia, os autores destacam que estas relações são mais diversificadas e complexas. O que significa, por exemplo, ser um membro da *Avaaz* quando não se tem que pagar taxas? Em sua curta história, por exemplo, a *MoveOn* tem dominado a arte de mobilizações especializadas nos EUA, seja pelo telefone, petições, marchas, primárias virtuais, entre outras. A questão da ação coletiva promovida por organizações como estas passa a envolver o modo como as fronteiras afetam os indivíduos, ou seja, como a estrutura tecnológica voltada para o usuário final afeta as fronteiras dos membros, uns em relação aos outros, bem como o papel desses membros nos processos de tomada de decisão e na hierarquia das organizações. De que forma as alterações ocorridas nas últimas décadas no ambiente informacional incidem sobre os membros e simpatizantes das organizações, modificando seu papel e a sua relação com os processos de organização coletiva? Os autores procuram responder estas questões com base nas experiências dos indivíduos em relação às organizações e não através da estrutura organizacional.

É possível encontrar na literatura existente sobre o tema, posições distintas acerca da importância do contexto tecnológico e sua incidência na atuação dos grupos e indivíduos. Os diferentes trabalhos destacam, entre outros elementos, a redução dos custos de informação e comunicação, o aumento das escolhas e a descentralização da informação e comunicação como um elemento capaz de possibilitar a atenuar os efeitos da hierarquia com as redes. No entanto, Bimber *et al* (2012) procuram entender um aspecto diferente deste contexto, ou seja, como o ambiente de mídia digital facilita transações no nível dos indivíduos e o que isso implica na forma pela qual os membros percebem sua habilidade em configurar suas próprias relações com outros indivíduos e com as organizações. A principal diferença de formato

gerada pela mídia digital é que ela aloca poder e agência no final das redes, nas mãos dos indivíduos, mais que em posições centrais como nos líderes de organizações formais.

No caso de organizações voltadas para ação coletiva, a adesão vem assumindo configurações mais complexas e heterogêneas, na medida em que fronteiras se enfraquecem e os indivíduos se tornam mais capazes para negociar sua identidade e seu lugar nas dinâmicas de ação coletiva em seus próprios termos. Isto implica uma negociação contínua das fronteiras que se estabelece de diferentes maneiras, quando os membros agem muito mais de acordo com seus próprios estilos e preferências do que são constrangidos pelas organizações. Os autores defendem uma conceituação mais específica dos estilos comunicativos dos indivíduos nas organizações e que seja capaz de traduzir uma diversidade de experiências de envolvimento. Assim, chamam atenção para duas dimensões centrais: a interação e o engajamento.

A adesão e a participação em ações coletivas podem ser construídas de forma comunicativa pelos indivíduos mais do que determinadas pela organização. O argumento dos autores é de que as contribuições dos indivíduos sobre a construção da adesão podem ser encontradas em duas dimensões chaves do pertencimento. De um lado, a interação com outros membros, o que pode acontecer mediante as novas tecnologias de comunicação, mas também com encontros face a face, sociais e em grupos. Com o uso de mídias digitais, existe uma grande variação potencial no que os indivíduos podem fazer e, portanto, um grande papel da escolha, do interesse e da motivação, sendo que os indivíduos nas organizações parecem ter vivenciado experiências mais variadas e diversas do que os estudos apontam. De outro, o engajamento com a organização se manifesta na disposição dos indivíduos de aprender sobre a organização, seus objetivos, sucessos ou fracassos, bem como as oportunidades para que os indivíduos desempenhem um papel nos mecanismos que configuram os objetivos da organização.

Bimber *et al* (2012) propõem olhar a interação como uma variável contínua no centro da organização a fim de apreciar as experiências dos indivíduos na vida coletiva em uma era de fronteiras fluidas, onde estes indivíduos mudam facilmente do domínio público para o domínio privado e onde a experiência de um indivíduo em processos de ação coletiva encontra-se estreitamente imbricada a uma vasta gama de laços e relações, cujas fronteiras, em constante definição, não são nada óbvias.

Teoricamente, a interação é pensada como um contínuo entre o pessoal e o impessoal. A interação pessoal descreve interações repetidas e intencionais com conhecidos através do tempo e o concomitante desenvolvimento de relações interpessoais. É centrada em relações continuadas, que geram laços fortes. Já a interação impessoal enfatiza a expressão e busca de interesses e preocupações, envolvendo contatos de maneira não pessoal ou direta. Os indivíduos permanecem desconhecidos uns dos outros apesar da sua afiliação e interesse compartilhados, e são recrutados para ação coletiva através de instrumentos como malas diretas, televisão ou campanhas pela internet, artigos de notícias e anúncios de serviços públicos, mais do que solicitações diretas em contextos em que os indivíduos se encontram e socializam.

A Avaaz rotineiramente solicita que seus membros liguem para o Congresso expressando oposição ou apoio a uma ou outra política ou questão, ou pede que assinem uma petição. Nestes casos, as identidades ou características pessoais dos membros são irrelevantes para os outros membros, e suas ações são coordenadas pela organização como organizador central de indivíduos relativamente autônomos. O poder reside no simples número de indivíduos expressando uma posição em comum, tornando suas preferências privadas públicas.

No ambiente de mídia contemporâneo, o colapso de fronteiras que separam interações pessoais e impessoais significa que muitas organizações podem operar simultaneamente em diversas escalas, ou estrategicamente trocar escalas entre os níveis local e supralocal. A natureza fluida das fronteiras sugere não apenas simplesmente flexibilidade crescente, múltiplas estratégias ou hibridismo das organizações de ação coletiva, mas também crescente complexidade e heterogeneidade das experiências dos indivíduos com os outros.

No que diz respeito ao engajamento, os autores assinalam a importância do grau em que os indivíduos participam da configuração da agenda organizacional e dos processos de tomada de decisão. Os indivíduos têm acesso à informação atualizada e opiniões sobre a organização de fontes externas de todos os tipos, e eles frequentemente têm oportunidade de dar retorno aos líderes, participar de enquetes internas e até mesmo organizar membros que se identificam para ação ou defesa de direitos dentro da organização. A tomada de decisão envolve o que pode ser visto como engajamento, que remete à extensão em que são oferecidas oportunidades aos participantes para configurar as direções da organização, independentemente de onde as decisões hierárquicas se dão.

Na tipologia de Bimber *et al* (2012), o engajamento pode ser do tipo empreendedor, quando indivíduos têm um alto grau de autonomia e podem direcionar seus esforços de ação coletiva de forma a não ser sancionados ou controlados por nenhuma autoridade. Isso pode ser visto nas redes de protesto que convergiram para as manifestações contra a OMC em Seattle, em 1999. Por outro lado, o engajamento pode ser institucional, envolvendo um conjunto de regras normativas e práticas que se espera que todos os participantes sigam. Neste caso, o acesso dos indivíduos aos processos organizacionais, em seus diferentes níveis, baseia-se em um sistema que define e controla oportunidades. Este tipo de ação coletiva envolve pouca iniciativa, criatividade ou controle da parte dos indivíduos e pode ser entendida em função das respostas a solicitações de iniciativas centralizadas. O engajamento nas ações da *Avaaz* parece ser mais próximo do tipo institucional.

A crescente flexibilidade das fronteiras aumenta a capacidade dos indivíduos para um maiores possibilidades de engajamento. Apreciar as organizações envolvidas em ação coletiva em termos de interação e engajamento significa que elas não podem ser distinguidas primariamente por suas características formais ou informais, mas pelas relações e atividades que são praticadas pelos membros. A ação coletiva contemporânea, assim, pode ser apreendida pelo que os indivíduos estão fazendo, como estão se relacionando uns com os outros e que oportunidades de ação são oferecidas a elas. Cabe analisar, a partir daí, de que forma as organizações e estruturas se ajustam aos seus comportamentos e ajudam a facilitar a ação coletiva.

Na *Avaaz*, por exemplo, a comunicação e o compartilhamento de informações é totalmente mediado pelas tecnologias. No que diz respeito à interação, os membros em geral interagem de forma impessoal, ainda que exista algum grau de interação pessoal em especial nos *sites* de redes sociais. No que diz respeito ao engajamento, a *Avaaz* é composta por membros que não têm um mecanismo para se encontrar ou interagir face a face, mas ainda assim percebem amplas oportunidades para influenciar os objetivos e prioridades da organização.

* * *

Neste capítulo, analisamos o tipo de mobilização levada a cabo pela *Avaaz*. Além disso, procurei problematizar a mobilização com a internet, chamando a atenção para a diminuição de custos, mas também para as possibilidades de mobilização por *e-mail*,

entendendo a internet como uma plataforma para a ação coletiva de novas organizações que podem ser vistas como híbridos organizacionais que propiciam formas mais pontuais de engajamento.

A mobilização feita pela *Avaaz* encontra-se baseada em oportunidades de participação que remetem a um repertório limitado, composto por petições eletrônicas, envio de mensagens e realização de telefonemas para alvos pré-determinados, doações e criação de petições eletrônicas. Os membros da *Avaaz* também participam ao compartilhar *links* das campanhas em *sites* de redes sociais. Nem todos enxergam as campanhas como instrumentos eficazes de mudança social. Aspectos como os níveis e tipos de participação, a internet como um recurso da participação política e os fluxos de informação políticas foram discutidos.

No que diz respeito, o engajamento dos membros da *Avaaz* possibilitou discutir o ambiente de mídia contemporâneo, enfatizando pontos como a interação e o engajamento no espaço de ação coletiva. Com isso, no capítulo seguinte, me volto para entender como a mobilização, a participação e o engajamento nas campanhas da *Avaaz* ecoam na esfera pública e possibilitam pensar nos repertórios e lógicas de ação.

CAPÍTULO IV

REPERTÓRIOS E LÓGICAS DE AÇÃO DA AVAAZ NA ESFERA PÚBLICA

Para ilustrar os padrões de atuação da *Avaaz* na esfera pública, bem como os repertórios e lógicas de ação inerentes a este ator-rede, começo este capítulo chamando a atenção para a campanha “O plano para matar orangotangos”, lançada em maio de 2013. Os alvos eram o presidente da Indonésia, Susiilo Bambang Yudhoyono, o Ministro das Florestas, Zulkifli Hasan, e o governador de Aceh, Zaini Abdullah. Através de uma petição, a *Avaaz* procurou mobilizar seus membros ao redor do mundo com um alerta de *e-mail*, reunindo mais de 1,3 milhão de assinaturas em uma petição, que conseguiu atingir 6,2% dos membros mobilizados naquela ocasião. Além disso, 267 mil membros (20% dos que assinaram a petição) ampliaram sua participação na campanha compartilhando os *links* enviados pela organização em suas redes no *Facebook*, bem como 34 mil (2,5% dos que assinaram a petição) fizeram o mesmo no *Twitter*⁹⁸. A campanha visava, fundamentalmente, rejeitar o plano de desmatamento da floresta tropical de Aceh.

Uma realidade distante da maioria dos brasileiros e de muitos outros indivíduos que receberam este *e-mail*, sem dúvida, mas a solidariedade com os orangotangos foi colocada em jogo, e também com tigres, rinocerontes e elefantes ameaçados de extinção pelo desmatamento da floresta para atender a interesses de empresas de mineração e óleo de palma. Para evitar essa situação, a *Avaaz* entra em cena, convocando uma pressão planetária sobre determinados alvos. Estas informações circularam globalmente pelas redes da *Avaaz* e, muito provavelmente, os membros brasileiros não saberiam desta situação de injustiça se não fosse pelo alerta de *e-mail* enviado por essa organização. De um modo geral, as campanhas globais da *Avaaz* permeiam a esfera pública, tanto no plano nacional como no internacional, trazendo problemas e alternativas de ação que incentivam a solidariedade dos membros com causas muitas vezes distantes de sua realidade nacional, apelando para valores universais, tais como a preservação ambiental e das espécies, o respeito pelos direitos humanos, entre outros.

Essa agenda de discussão é construída e disseminada através das tecnologias da internet, ou seja, a partir de um alerta de *e-mail* que mobiliza a rede da *Avaaz*, possibilitando o engajamento nas causas que integram a pauta dessa organização. A formação de coletivos heterogêneos que entrelaçam humanos e não-humanos a cada oportunidade de participação difundida pela *Avaaz* através de um alerta de *e-mail* pode ser vista com detalhe nas variações identificadas tanto no engajamento quanto no compartilhamento de *links* em *sites* de redes sociais. Essas variações acontecem porque não existe um conjunto de indivíduos ou de endereços de correio eletrônico permanentemente exposto aos alertas de *e-mail*, tendo em vista que novos indivíduos são cadastrados a cada nova campanha, enquanto alguns podem sair da base de dados quando bem entenderem, bastando clicar em um ícone que vem ao final de cada alerta de *e-mail* recebido. Com as tecnologias da internet, os coletivos formados por essa organização são flutuantes e se recompõem a cada campanha.

⁹⁸ Na pesquisa, o *Facebook* apareceu como o *site* de redes sociais através do qual os membros da *Avaaz* mais compartilhavam *links* relacionados às campanhas. Em menor grau, aparece o *Twitter*. Em um grau menor ainda, os membros compartilhavam o *e-mail* recebido com sua rede de contatos. Sendo assim, optei por chamar atenção para os dois *sites* de redes sociais, ressaltando a grande diferença entre os dois. Vale destacar que só foi possível estabelecer estes percentuais em campanhas globais que disponibilizavam estes dados.

A tecnologia merece destaque nas campanhas da *Avaaz* e na forma de mobilizar seus membros a se engajarem nas oportunidades de participação que os alertas de *e-mail* oferecem. O trecho abaixo, retirado do *site* da organização, parece interessante para ilustrar a agilidade e a flexibilidade advindas da tecnologia e o modo como isso influencia o modo como a *Avaaz* percebe a esfera pública, desenhando, com base nessa leitura, a sua intervenção.

Antigamente, os grupos de cidadãos e movimentos sociais que atuavam em nível internacional tinham de reunir uma base de apoiadores em cada causa, ano a ano e de país a país, a fim de alcançar uma escala suficiente para fazer a diferença.

Hoje, graças à tecnologia e à ética cada vez maior de interdependência global, essas restrições não se aplicam mais. Enquanto outros grupos da sociedade civil mundial são formados por redes com nichos de causas específicas e escritórios nacionais, cada um com sua própria equipe, orçamento e estrutura de tomada de decisão, a *Avaaz* tem uma única equipe de atuação mundial, com a missão de trabalhar com qualquer questão de interesse público. Isso permite a organização de campanhas com uma agilidade, flexibilidade, foco e escala extraordinários.

A comunidade virtual da *Avaaz* atua como um megafone para chamar atenção para novas questões; como um catalisador para canalizar as preocupações públicas dispersas em uma única campanha específica e concentrada; como um carro de bombeiros que corre para oferecer uma rápida reação a uma emergência súbita e urgente; ou como uma célula-tronco de ativismo que cresce na forma mais adequada para preencher alguma necessidade urgente⁹⁹.

Nessa descrição da organização e de seu modo de atuação, destaca-se a ideia de uma comunidade virtual que se forma a cada campanha. A tecnologia seria parte integrante deste ator-rede, um elemento fundamental, sem o qual a *Avaaz* não existiria. Através do exemplo de campanha, descrita acima de forma sucinta, percebe-se claramente que sem o uso das tecnologias digitais essas ações dificilmente alcançariam a mesma abrangência, simultaneidade e capacidade de mobilização.

Quero chamar atenção, aqui, para esta “comunidade virtual” que a *Avaaz* acena formar, ressaltando que esta organização se propõe a atuar em momentos de crise e oportunidade na esfera pública, como pode ser visto na passagem abaixo.

No decorrer de uma questão ou causa, às vezes surge um momento em que é preciso tomar uma decisão, e um protesto público em massa pode subitamente fazer toda a diferença. Mas para chegar a esse ponto são precisos anos de trabalho meticoloso, geralmente nos bastidores, feito por pessoas dedicadas que se concentram inteiramente nisso. Porém, quando o momento chega de fato e a atenção pública passa a incidir sobre nós como a luz do sol, as decisões mais cruciais podem seguir em uma direção ou outra, a depender das percepções que os líderes têm acerca das consequências políticas de cada opção.

É nessas breves janelas em momentos de imensas crises e oportunidades que a comunidade da *Avaaz* muitas vezes deixa sua marca. Em qualquer país, em qualquer questão, momentos assim acontecem, talvez, apenas uma ou duas vezes por ano. Por outro lado, como a *Avaaz* pode funcionar em todos os países e em todas as questões, esses momentos podem aflorar diversas vezes em apenas uma única semana¹⁰⁰.

Um ponto comum na maior parte das campanhas é que a *Avaaz* não costuma dar qualquer retorno a essa comunidade virtual acerca dos resultados alcançados pelas ações dos

⁹⁹ Disponível em <http://avaaz.org/po/about.php>, acesso em 01/01/2014, 13:48.

¹⁰⁰ Disponível em <http://avaaz.org/po/about.php>, acesso em 01/01/2014, 13:48.

membros. Uma questão que esta pesquisa identificou é a falta de um *feedback* contínuo para os membros engajados nas campanhas. Ou seja, depois de assinar uma petição ou de enviar uma mensagem ou realizar um telefonema pressionando por alguma causa, os membros não são informados sobre quais foram os resultados que derivaram da sua ação. O que a organização faz é, de vez em quando, enviar um comunicado geral sobre as campanhas vitoriosas ou então destacar uma vitória enviando um alerta geral. Além disso, não existe deliberação entre os membros sobre quais campanhas devem ser deflagradas. Quando muito, participam de um teste para avaliar o potencial das campanhas, antes destas serem lançadas, ou do *survey* anual que é produzido pela organização.

Em minhas incursões pelo *site*, encontrei uma página¹⁰¹ denominada *Nossas Vitórias*, que relaciona o que a *Avaaz* enxerga como campanhas vitoriosas. Ou seja, o membro teria que entrar nesta página específica do *site*, que não é muito visível, para se informar acerca dos possíveis resultados derivados de sua ação. Esta página destaca um total de 39 campanhas realizadas ao longo dos sete anos de atuação da organização. São onze campanhas de 2013, oito de 2012, uma de 2011, sete de 2010, seis de 2009, três de 2008 e três de 2007. Vou descrever brevemente duas delas a seguir, antes de iniciar o diálogo com autores, que será permeado por outros exemplos desta página.

A campanha “O Brasil diz NÃO à corrupção e SIM à democracia do século XXI” foi lançada no mês de junho de 2013 e pedia o afastamento do presidente do Senado, Renan Calheiros. A organização destaca que um cidadão criou uma petição utilizando o *site Petições da Comunidade*, que reuniu 1,6 milhão de assinaturas. O texto chama atenção para os esforços no sentido de acabar com o processo de votação secreta, que possibilitou a eleição do senador como Presidente do Senado. Além disso, destaca que a *Avaaz* foi citada diversas vezes no processo de aprovação de uma proposta de lei de iniciativa popular pelo Senado que reduz pela metade o número de assinaturas necessárias para uma iniciar uma lei de iniciativa popular, bem como a validade das assinaturas *online*. Efetivamente, não houve uma vitória no sentido de mudança da situação inicial, ou seja, o presidente do Senado continuou no cargo.

Em outra campanha, “Salvando as baleias de um massacre”, lançada em junho de 2013, além do relato vitorioso, segundo o qual a organização impediu o envio de carcaças de baleia caçadas por um magnata islandês para o Japão, ao reunir 1,1 milhão de assinaturas em uma petição aos políticos japoneses, o interessante é que a *Avaaz* mostra que continuou procurando intervir nesta situação-problema: voltou a agir na Alemanha, quando o magnata tentou descarregar as carcaças, pressionando o Ministro do Meio Ambiente através de mensagens dos membros alemães pelo *Twitter*, em um trabalho conjunto com o *Greenpeace*, a fim de criar uma pressão para que a carne de baleia fosse enviada de volta para a Islândia. Também mais de 200 mil membros da *Avaaz* pressionaram a maior rede de supermercados do país a parar de vender produtos ligados à empresa responsável pela caça às baleias, bem como procurando extinguir outras rotas de lucro do caçador.

De um modo geral, os exemplos de campanhas consideradas vitoriosas pela organização mostram que não existe apenas uma mobilização virtual, mas que esta é complementada por ações que se desenrolam em uma esfera pública, tais como *lobbies*, anúncios na mídia, contatos e articulações com outras organizações e personalidades como músicos e atores, organização de protestos, ajuda humanitária e a própria entrega física das petições. Ainda assim, pode-se perceber que, mesmo considerando estas ações como vitoriosas, a maior parte das “vitórias” alcançadas pode ser vista como parciais.

¹⁰¹ Disponível em <http://avaaz.org/po/highlights.php/?aboutus>, acesso em 01/01/2014, 14:22.

Além disso, foi nas ações mais localizadas que a *Avaaz* parece ter obtido seus maiores êxitos, o que mostra o quanto essa organização pode ser eficaz quando pressiona “de fora para dentro” de algum país ou localidade. Na campanha “Enfrentando o ódio na Costa Rica”, de fevereiro de 2013, uma vitória parece ter sido alcançada mediante a atuação da *Avaaz* contra o homofóbico presidente da Comissão de Direitos Humanos do Congresso, que convidou um médico para falar aos parlamentares sobre como “curar” a homossexualidade. Membros da *Avaaz* criaram uma petição no site *Petições da Comunidade* pedindo a renúncia do parlamentar, alcançando 25 mil assinaturas. O parlamentar se recusou a renunciar e a *Avaaz* entregou, com a cobertura da imprensa local, as assinaturas em grandes caixas ao presidente do Congresso. Este se comprometeu, bem como o seu partido, a não indicar o parlamentar homofóbico, que foi retirado do cargo de presidente da Comissão de Direitos Humanos algumas semanas depois.

Neste capítulo, portanto, parto da descrição de campanhas da *Avaaz*, bem como das observações a respeito dos processos dessa organização, para entender a esfera pública, os repertórios e lógicas de ação. Para tal, começo por mobilizar a ideia de esfera pública em uma seção específica, bem como analiso as articulações que se estabelecem entre a internet e a esfera pública na seção seguinte, destacando que está em curso a passagem de uma esfera pública baseada nos meios de comunicação de massa para uma esfera pública interconectada. Depois disso, me volto para uma análise dos repertórios de ação com os quais a *Avaaz* dialoga em sua atuação, sendo que dedico uma seção à perspectiva de Tilly e outra para pensar a emergência de um repertório digital. Por fim, apresento uma seção sobre as lógicas de ação que estão em jogo, enfatizando as ações da *Avaaz*. Em cada seção, procuro estabelecer conexões entre o caso pesquisado e a discussão mais geral, trabalhando com um conjunto amplo de perspectivas na tentativa de identificar as grandes questões do debate.

4.1. A Ideia de Esfera Pública

Na campanha da *Avaaz* “Horror no paraíso”, lançada em março de 2013, o alvo era o presidente das Ilhas Maldivas, Mohammed Waheed Hassan. Os objetivos da organização eram proteger mulheres e crianças, acabar com a prática do açoitamento e mudar a lei para proteger as vítimas de estupro e abuso sexual. A *Avaaz* mobilizou seus membros com um alerta, acenando com uma petição, o que se configura como oportunidade de participação preferencial nas campanhas que podem ser classificadas como globais. Essa petição reuniu mais de 2,1 milhões de assinaturas, ou seja, um engajamento de 10,5% dos membros. Além disso, 553 mil membros (26% dos que se engajaram) participaram ao compartilhar os *links* da petição em suas redes no *Facebook*, bem como 54 mil (2,5% dos que se engajaram) o fizeram no *Twitter*.

As campanhas da *Avaaz* podem ser vistas como fluxos comunicativos que são canalizados para uma esfera pública política, na medida em que procuram formar opinião ou buscar apoio dos cidadãos de vários países, exercendo pressão sobre um Estado Nacional, uma determinada agência multilateral ou corporações. De um lado, esta organização gera poder comunicacional; de outro, atravessa o poder da mídia, procurando se constituir como mediador de notícias inesperadas para indivíduos espalhados pelo mundo, os quais, sendo capazes de criticar e selecionar seus interesses, seriam mobilizados para atuar como parte de uma comunidade virtual que se faz politicamente legítima a cada nova campanha.

Procuramos estabelecer, nesse capítulo, um diálogo com a literatura existente relacionada às transformações da esfera pública nas sociedades contemporâneas. Isso se justifica pelo fato de que a internet tornou-se um elemento fundamental, tanto na constituição

de determinados temas como objeto de atenção pública, quanto na configuração das relações que conformam o campo político e, em consequência, alguns significados da prática da Avaaz. Latour *et al* (2005) entendem que os indivíduos estão mais conectados uns aos outros pelas suas preocupações, assuntos de interesse e questões que importam para cada um do que por qualquer outro conjunto de valores, opiniões, atitudes ou princípios. Cada tema ou questão que se institui como objeto de atenção pública gera um padrão diferente de emoções e rompimentos, de acordos e desacordos, e mesmo que não existam continuidade e coerência nas opiniões, são os vínculos de cada indivíduo a temas e questões públicas que importam. Cada questão reúne ao seu redor uma montagem diferente de partes que são relevantes e viabilizam novos padrões de interação a cada situação, provocando diferenças e disputas apaixonadas, oferecendo caminhos para alcançar um fim, mesmo que não exista acordo em muitos pontos. As múltiplas questões e objetos nos levam a um mapeamento do espaço público de forma completamente diferente do que é usualmente reconhecido, na literatura, como “o campo político”.

Nesta seção vou perfilar alguns argumentos inerentes a uma perspectiva habermasiana, com o objetivo de mostrar seus limites para uma análise da internet na esfera pública, tendo em vista que considero mais adequada a perspectiva adotada por Benkler (2006), a qual trata do conjunto de práticas que os membros de uma sociedade usam para se comunicar sobre assuntos de interesse público que se relacionam com as liberdades políticas e potencialmente requerem ação coletiva ou reconhecimento. Para este autor, a esfera pública é uma categoria sociológica que busca descrever as maneiras pelas quais todos os indivíduos em uma dada sociedade se comunicam uns com os outros em relações que definem a sua condição, bem como o que devem ou não fazer como unidade política. Trata-se de uma definição que remete aos efeitos dos ambientes da internet para a participação política, considerando que as práticas em uma esfera pública que é vista como interconectada são estruturadas pela interação entre elementos da cultura, de organizações, de instituições, da economia e da infraestrutura técnica de comunicações.

No entanto, neste ponto, torna-se importante recuperar o que Habermas (1994) assinalou sobre o tipo ideal de esfera pública burguesa derivado do contexto histórico da Inglaterra, França e Alemanha no século XVIII e início do século XIX. Trata-se de um conceito específico de uma época, que ainda permeia fortemente o pensamento político contemporâneo, o que requer que uma realidade social de grande complexidade seja estilizada e atualizada em um tipo ideal de forma a distinguir suas características peculiares. No período referenciado pelo autor, o hábito de leitura passou a se difundir de uma forma mais ampla, transcendendo a república dos acadêmicos e a burguesia urbana. Mesmo os indivíduos que já tinham o hábito da leitura deixaram de se dedicar unicamente ao exame cuidadoso de trabalhos no século XVIII, passando a direcionar seus interesses para novas publicações. Passa a brotar na esfera privada uma rede relativamente densa de comunicação pública. As associações pela liberdade que se constituíram nesse período, em diferentes países da Europa, eram privadas, baseadas na adesão voluntária e internamente caracterizada por práticas igualitárias de sociabilidade, discussões livres e decisão pela maioria.

O contraste entre uma nascente esfera pública política, em meados do século XIX, e a esfera pública nos Estados de bem-estar democráticos e de massa do século XX fez com que Habermas (1994) propusesse duas revisões naquilo que entende como uma transformação estrutural da esfera pública, que aqui apresentamos de forma breve, resumida e em pontos que se relacionam com o caso em tela. Na primeira delas, a sociedade civil, que sempre foi contrastada com a autoridade pública ou governamental, como se fosse uma esfera completamente privada, passa por uma atualização do seu potencial para autorregulação

social mediante o pressuposto de uma esfera pública expandida, que requer massas cultural e politicamente mobilizadas, fazendo uso efetivo de seus direitos de comunicação e participação. Na segunda revisão, a transformação estrutural remete às relações do Estado e da sociedade com a esfera pública. A esfera pública é vista simultaneamente como pré-estruturada e dominada pela mídia de massa, tendo por base uma arena infiltrada pelo poder na qual uma batalha se dá não só pela influência, mas também pelo controle dos fluxos de comunicação que afetam os comportamentos enquanto as intenções estratégicas da mídia permanecem as mais escondidas possíveis.

Habermas (1994) introduz uma distinção entre dois tipos de funções presentes nos processos comunicativos que se estabelecem na esfera pública. Em primeiro lugar, identifica as funções críticas, associadas a processos comunicativos autorregulados, horizontalmente interligados, inclusivos e mais ou menos baseados em discursos sustentados por instituições fracas. Destaca, além disso, aquelas funções que pretendem influenciar as decisões dos consumidores, votantes e clientes, promovidas por organizações que intervêm na esfera pública através da mídia visando mobilizar poder, lealdade e conformismo.

A esfera pública política abarca todas as condições de comunicação sob as quais se dá a formação discursiva da opinião, sendo composta pelos cidadãos de um determinado Estado. Esse espaço é atravessado por dois processos: a geração comunicativa de poder legítimo e o desenvolvimento da manipulação do poder da mídia, que busca captar a lealdade das massas, demandas de consumo e submissão aos imperativos sistêmicos. Correia (2011) entende que esse modelo de esfera pública torna visível a existência de um espaço entre a economia e a política. Neste espaço, os indivíduos podem ser informados e discutir, bem como formar decisões e agir em torno delas. Jornais, livros, salões e sociedades de debate foram os instrumentos de uma arena relativamente independente da Igreja e do Estado, caracterizada por sua abertura a todos os cidadãos.

Habermas (1994) vislumbra, assim, um fórum comunicativo como modelo para o debate crítico e racional entre os cidadãos, que garante a formação da vontade política, crucial para o surgimento da democracia. O autor mostra que a esfera pública continua estabelecendo, como órbita de constituição democrática da opinião e da vontade coletivas, a mediação necessária entre a sociedade civil, de um lado, e o Estado e o sistema político, de outro. Com base nisso, a existência de uma esfera pública politicamente influente depende de três fatores: o potencial de crítica e de seleção do público, capaz de preservar suas diferenciações internas e sua pluralidade; a força da legitimidade política, como resultado do processo comunicativo de formação de opinião e da vontade coletiva, que estabelece a mediação entre o mundo da vida e o sistema político; e a canalização dos fluxos comunicativos para a esfera pública, como função das associações voluntárias e da sociedade civil.

Avritzer *et al* (2004) chamam atenção para o papel de uma esfera pública politicamente influente em uma concepção teórico-discursiva da democracia, mostrando a forma como os procedimentos legais e políticos institucionalizados asseguram que os processos espontâneos de formação de opinião sejam considerados pelas instâncias decisórias em contextos democráticos. A força sociointegrativa da solidariedade dos impulsos comunicativos do mundo da vida contrabalançaria os outros dois recursos que suprem a carência de integração e coordenação das sociedades modernas, ou seja, o dinheiro e o poder.

Com base nestes impulsos comunicativos de um mundo da vida cada vez mais interconectado, ao mobilizar sua rede de membros, a *Avaaz* procura uma espécie de consenso, mesmo sem possibilitar o diálogo e a deliberação entre eles. Estes podem concordar ou não com as campanhas que lhes são enviadas. Ao concordar, a pessoa passa a fazer parte de uma ação comum em uma rede que se estrutura como um público que irá influenciar uma

determinada esfera de poder, uma instância decisória em contextos democráticos. Os membros da *Avaaz* legitimam a visão da organização, permitindo que ela se torne um ator na esfera global, independente de existir um agir comunicativo entre os membros.

Correia (2011) entende o acordo como modelo de coordenação da interação social na esfera pública. A comunicação encontra-se na base das condições possíveis de atuação justa, que aparece inevitavelmente relacionada com o desenvolvimento crescente das competências comunicativas. Entre os elementos estruturais da esfera pública emerge a racionalidade baseada no consenso racional-normativo, obtido pela troca dialógica de argumentos entre os agentes que suspendem seus interesses pessoais e *status social* para participar da esfera pública. O consenso fornece uma dimensão crítica, tendo como condições de sua realização a ausência de coerção e o estabelecimento de condições igualitárias para a comunicação pública entre os agentes sociais. O novo paradigma da racionalidade não se torna substantivo, mas discursivo, e não foca no conteúdo, mas na forma dos procedimentos argumentativos.

O autor propõe um conceito de esfera pública mais pluralista e multiforme, como uma rede altamente diferenciada de informação científica, local, regional, bem como de esferas públicas políticas onde ocorrem processos discursivos de formação de opinião que têm como objetivo principal a difusão de informações e conhecimentos. Com isso, amplia a perspectiva de Habermas (1994), que concebe a democracia deliberativa com base em um modelo dual, que liga a formação da vontade do complexo parlamentar com uma esfera pública que se articula a uma rede espontânea de esferas públicas informais, dialogicamente discursivas e democráticas. Isto significa que o sistema político é aberto e pode ser indiretamente influenciado por uma esfera pública que produz transparência.

Correia (2011) assinala que à importância da comunicação na vida cotidiana do século XX, juntou-se a dramática aceleração proporcionada pela internet e a comunicação mediada por computador. Com isso, a democracia parece ter o seu valor enriquecido no mercado das ideias, o que não significa que o valor efetivo das suas estruturas, em especial a esfera pública, tenha conhecido um acréscimo diretamente proporcional. A esfera pública aparece como uma instância da vida social que implica o exercício público da racionalidade em torno de questões de interesse coletivo ou um domínio da vida social vinculado à formação da opinião pública. Tal concepção de esfera pública se fundamenta em um modelo normativo, que implica em um entendimento da interação entre os membros do público, vista como uma ação comum desenvolvida e partilhada pelos membros de um grupo, e/ou entre um meio de comunicação e os membros desse grupo estruturado como um público que tende a realizar e a concretizar os seus projetos ou apresentar as suas opiniões, bem como comunicar e expor entre si seus argumentos, sendo possível de reagir perante os projetos e opiniões alheias, procurando legitimar as suas ações e enunciados ou questionar a legitimidade das ações e enunciados alheios em função da sua maior ou menor racionalidade.

Em especial com suas campanhas globais, a *Avaaz* interage com diferentes esferas públicas nacionais, historicamente constituídas, ampliando o debate das redes e conectando espaços e ações. A organização também pode provocar a entrada de novos temas, ampliando os horizontes de diferentes culturas políticas e, em alguns casos, transformando-a, como na campanha sobre os orangotangos, destacada no início do capítulo. A *Avaaz* constitui questões públicas através da formação de coletivos que se configuram como públicos de suas campanhas, transformando fatos locais e aparentemente inexpressivos em questões que atravessam fronteiras. Na maioria das campanhas, a *Avaaz* abre mão de uma articulação formal com outros atores sociais para difundir o tema, salvo em algumas campanhas conjuntas, que acontecem de vez em quando. Além disso, passa ao largo da necessidade de cobertura da mídia nacional, pois praticamente se constitui enquanto uma mídia.

A campanha “Parem o massacre de elefantes” chama atenção para o fato destes animais estarem sendo mortos e suas presas arrancadas com serras-elétricas, a fim de produzir artigos de luxo, estátuas e bugigangas na Tailândia. Para pressionar o governo desse país, quase 1,4 milhão de membros da *Avaaz* e apoiadores do *WWF* “uniram forças” com o ator Leonardo DiCaprio, exigindo que a primeira-ministra da Tailândia acabasse com o mercado não regulamentado de marfim naquele país. Milhares de indivíduos enviaram *e-mails* a ela, bem como fizeram comentários em sua página no *Facebook*. Mesmo com toda essa pressão, o que se conseguiu foi uma promessa da primeira-ministra, o que pode ser visto como algo do tipo “fomos ouvidos”. Esta campanha atravessou fronteiras e mobilizou indivíduos em diferentes esferas públicas ao redor do mundo, o que não aconteceria sem um ator-rede como a *Avaaz*. Nesta campanha, destaco também a referência à outra organização, bem como a participação de um ator famoso, que mobiliza emoções e paixões, mais do que uma escolha racional em um ambiente dialógico.

A partir da mobilização de indivíduos em rede, a pressão sobre governos nacionais se mostra como a principal ação dessa organização transnacional, que procura dialogar com outros atores sociais nacionais na elaboração de suas campanhas, assim como, nesta fase de elaboração, fica atenta às informações veiculadas pela mídia nacional. No entanto, a *Avaaz* faz uma pressão que cria oportunidades de discussão sobre temáticas específicas em diferentes esferas públicas nacionais. Da mesma forma, a organização busca conferir visibilidade internacional a alguns temas, tendo em vista que nas campanhas globais os alertas são enviados para os *e-mails* de todos os membros ao redor do mundo.

Neste ponto, vou destacar uma campanha cujos alvos estavam no âmbito transnacional para, na sequência, debater os efeitos da globalização sobre a esfera pública, bem como o advento da internet em uma seção específica. Na esteira da crise econômica de 2008, a *Avaaz* lançou, em julho de 2012, a campanha “Banqueiros atrás das grades”, tendo como alvos a Comissão Europeia, o Parlamento Europeu e os Estados-membro. Os objetivos eram garantir que os banqueiros fossem responsabilizados e que se apresentasse uma legislação forte contra o abuso do mercado. Novamente, uma petição foi apresentada em um único alerta para todos os membros ao redor do mundo e cerca de 720 mil assinaram, o que correspondia a 5,15% do total dos membros da *Avaaz*. A participação pelo compartilhamento de *links* em *sites* de redes sociais teve 137 mil adesões no *Facebook* (19% dos membros que se envolveram nesta causa) e 12 mil no *Twitter* (1,7% dos membros que se envolveram nesta causa).

Costa (2003) entende que a globalização reconfigura as comunidades políticas existentes ao redefinir os laços de pertença entre membros das nações, na medida em que, de um lado, identifica uma pressão homogeneizadora de uma cultura mundial global, que leva ao aparecimento de movimentos culturais regionais de difusão das identidades locais, estabelecendo conexões e relações com o resto do mundo; de outro, assinala os movimentos migratórios do Sul para o Norte, que reconfiguram democracias maduras confrontando-as com uma pluralidade de caráter novo ou realimentando regressões nacionalistas e segregacionistas.

A globalização favorece a pluralização cultural na medida em que surgem pressões contra políticas de assimilação, de um lado, e pela valorização da diversidade cultural e elogio da diferença, de outro, que dão o tom das políticas culturais. As novas possibilidades de comunicação e circulação permitem contato permanente dos imigrantes com suas regiões de origem, além de alimentar mobilizações sociais transnacionais e intercâmbios comunicativos entre grupos sociais de diferentes regiões do planeta, condensando e difundindo novos estilos de vida e visões de mundo ao descolar e desterritorializar diversas formas culturais de vida de seus locais de origem, gerando novas tensões.

Com as configurações pós-nacionais, o autor questiona em que medida a sociedade civil e os Estados nacionais ainda conformam os espaços discursivos privilegiados para a tematização dos assuntos de relevância comum em um contexto em que os cidadãos nacionais encontram-se inseridos, simbólica e materialmente, em teias de relações que extrapolam os limites da nação. Com isso, trata-se de discutir a natureza dos novos contextos comunicativos transnacionais: estaríamos diante da constituição de uma esfera pública mundial ou de um amálgama de redes comunicativas particulares e especializadas que não convergem para a formação de um público mundial?

A transnacionalização do âmbito da ação dos movimentos sociais manifesta uma tensão entre cultura e política. Se as redes transnacionais de atores sociais pressionam para que valores como meio ambiente, equidade de gênero e respeito aos direitos humanos se transformem em aspirações universais, estas redes acabam por reproduzir as assimetrias existentes em termos do progresso econômico, ao difundir os valores políticos originados nas democracias maduras, bem como a globalização de modelos concretos para emancipação social construídos nas regiões economicamente mais pujantes, o que pode ser o caso da Avaaz, em especial pelo perfil dos profissionais que nela atuam. Costa (2003) afirma que o respeito aos direitos que se quer justificadamente universalizar só se materializa e ganha sentido no âmbito de formas concretas de busca de reconhecimento vigentes num determinado contexto sociocultural.

Analizando o caso da União Europeia, o autor entende que as redes de movimentos coletivos congregam ações de protesto articuladas continentalmente como um fator de integração social. O autor trata das múltiplas conexões e variadas formas de intercâmbio estabelecidas entre movimentos de mulheres, ambientalistas e anti-racistas das diferentes partes do continente. As novas redes não apresentam a mesma densidade organizacional dos movimentos sociais, funcionam mais propriamente como uma forma de coalizão discursiva com um eixo orientador comum, sem que se verifique o esforço de envolvimento direto de uma ampla base de participantes. O espectro muito amplo de ações torna mais difícil mobilizar e motivar os militantes, além de uma dificuldade em identificar o destinatário preciso do protesto.

Costa (2003) entende que é através das esferas públicas nacionais que as questões tratadas nos contextos comunicativos transnacionais dos movimentos sociais ganham repercussão, apresentando em cada país uma lógica própria. Neste sentido, há uma troca de informações e experiências entre um conjunto reduzido de ativistas políticos que se incumbem de fazer com que os temas discutidos com os colegas de diferentes países circulem nas respectivas esferas públicas nacionais. A forma de discussão desses temas apresenta uma dinâmica própria, definida por atores nacionais a partir de fatores como nível de articulação dos atores sociais responsáveis pela difusão do tema; grau de integração internacional da mídia nacional; interesse do governo nacional em incorporar o tema em questão à sua agenda.

As pretensões de validade das reivindicações das organizações da sociedade civil necessitam ser submetidas ao crivo da esfera pública. Estas organizações não possuem uma legitimidade imanente: é no contexto dos intercâmbios discursivos próprios ao processo de formação da opinião e da vontade que as organizações da sociedade civil podem colocar à prova a universalidade de seus argumentos, mostrando a relevância para o conjunto da sociedade de seus pleitos. Neste sentido, a legitimidade da Avaaz se constitui a cada nova campanha que deflagra entre os seus membros, que estão inseridos em diferentes esferas públicas nacionais. Esta legitimidade depende de um mediador sociotécnico, o *e-mail*, que atravessa organizações e mídia na tentativa desta organização formar opinião e construir vontade política que possibilite o engajamento destes indivíduos em suas campanhas.

Por isso, vale destacar a perspectiva de Schulz (2007a), que se aproxima da perspectiva de Latour *et al* (2005), destacada no início deste capítulo, ao assinalar como pressuposto para uma deliberação informada o reconhecimento recíproco em uma comunicação interativa. Para ele, as fronteiras da esfera pública não são fixas, mas relacionadas a problemas construídos por organizações e associações, bem como pela mídia, sem a necessidade de coincidir com as fronteiras dos estados nacionais hoje existentes. Neste sentido, a *Avaaz* estaria fomentando temas que estão inseridos em esferas públicas temáticas transnacionais e que atravessam as fronteiras nacionais. Na medida em que o Estado é considerado apenas um órgão executivo da esfera pública, suas fronteiras não são dadas em sua essência, senão que igualmente relacionadas a problemas. As possibilidades de reformulação da constituição política e autocondução da sociedade ocorrem a partir da capacidade de percepção e da vitalidade de imaginação das esferas públicas constituídas espontaneamente.

As mídias, incluindo a internet, assumem um significado central nesse processo, possibilitando a difusão de ideias e informações sobre outras formas de vida, além de permitir um julgamento do mundo da vida que é próprio e imediato para cada indivíduo, o que potencialmente pode motivar mudanças das condições de vida. O fluxo de ideias políticas para além de fronteiras estabelecidas torna-se mais fácil na medida em que grupos e indivíduos, para os quais o contato não era possível, encontram finalmente as possibilidades técnicas para isso.

Schulz (2007a) entende que dificilmente irá se formar uma esfera pública unitária ou integrada entre os bilhões de participantes da hipermídia internet. No entanto, as distâncias e fronteiras puramente geográficas perderiam sua importância relativa e os limites mais importantes passariam a ser as línguas, as visões de mundo e os estilos de vida. Neste cenário plural, com a difusão da internet, abre-se espaço para o surgimento de uma organização como a *Avaaz*, cujo *site* se encontra traduzido em diferentes línguas, e que busca intervir em diferentes esferas públicas nacionais, participando também de esferas públicas planetárias através das campanhas globais, com ações que vão além da mobilização virtual, como destacado em algumas campanhas consideradas “vitoriosas”, mas que quase não aparecem no restante das campanhas mobilizadas pelos alertas de *e-mail* e atualizadas no *site*.

No que diz respeito à luta contra as corporações, por exemplo, a *Avaaz* anunciou como vitoriosa a campanha global “Vitória para as abelhas na Europa!”, lançada em abril de 2013, fruto de dois anos de uma série de campanhas e ações da organização para que a União Europeia proibisse pesticidas letais para as abelhas pelo menos até 2015. Na batalha contra empresas como a *Bayer*, a organização diz ter sido fundamental a colaboração de cientistas, especialistas no assunto, funcionários de governos, criadores de abelhas e grupos ambientalistas. Entre as ações, a organização assinala uma petição que reuniu mais de 2,6 milhões de assinaturas, o envio de mensagens para Ministros do Parlamento Europeu, a organização de protestos com criadores de abelhas, utilizando inclusive uma abelha inflável gigante de 5 metros de altura, financiamento de pesquisas de opinião pública, dentre outras.

Em um caso de campanha global que se volta para uma intervenção em um contexto nacional, menciono “Querem fazer o que com a grande barreira de corais?”, de julho de 2013. A petição era direcionada ao Primeiro Ministro da Austrália, Kevin Rudd, ao Ministro do Meio Ambiente desse mesmo país, Mark Butler, e potenciais investidores de *Abbot Point*, um projeto de construção de portos. O objetivo era proteger a Grande Barreira de Corais que, segundo a organização, trata-se do maior organismo vivo do planeta, lar de um quarto de todas as espécies que habitam os oceanos. A campanha procura impedir os danos, as escavações e o escoamento de materiais provocados pela indústria da mineração que pretende

construir um enorme complexo de portos nesta região marítima australiana. No alerta de *e-mail*, a organização menciona a ação de ativistas australianos, de forma genérica, e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO. A petição reuniu cerca de 1,2 milhão de assinaturas ao redor do mundo, com 173 mil compartilhamentos via *Facebook* e 19 mil via *Twitter*. Em agosto de 2013 a *Avaaz* atualizou informações sobre a campanha em seu *site*, dizendo que o governo australiano adiou sua decisão e anunciou uma consulta pública.

4.2. Internet e uma Esfera Pública Interconectada

Nesta seção, trato da relação entre internet e esfera pública, equilibrando diferentes visões a partir do estudo de caso empreendido nas campanhas da *Avaaz*. Com a comunicação mediada por computador, a esfera pública exibe uma estrutura aberta do tipo rede, que é complexa e se apresenta no plural porque é habitada por diferentes configurações. Assim, procuro destacar essa multiplicidade de esferas públicas com a internet, para tratar da emergência de uma esfera pública interconectada com uma variedade de ordenamentos que concorrem entre si.

Na campanha “Seja bem-vinda, Palestina”, lançada em novembro de 2012, a participação da *Avaaz* se deu por meio de uma petição que alcançou 1,8 milhão de assinaturas, demandando o reconhecimento do Estado da Palestina como Estado-nação pela ONU, sendo que muitos membros doaram dinheiro para que a organização realizasse pesquisas de opinião pública, que mostraram o apoio de 79% dos indivíduos em países europeus importantes para a votação da ONU. A organização também estendeu uma bandeira enorme do lado de fora da Comissão Europeia no dia da votação deste ponto, fazendo *lobby* em defesa da causa junto aos ministros de governo e membros do parlamento europeu nos “corredores do poder”. Além disso, milhares de mensagens foram enviadas a eles pelos membros da *Avaaz* por *e-mail*, *Facebook* e *Twitter*. A campanha pode ser considerada vitoriosa, mas a questão é que a *Avaaz* foi apenas um ator em um movimento mais amplo de pressão pelo reconhecimento nacional da Palestina, o que não aparece no relato da organização, que acaba por deixar invisíveis outros atores e movimentos que também participaram do processo de modo a fortalecer sua narrativa vitoriosa frente aos membros interessados. No caso desta campanha, um *e-mail* assinado por Ricken Patel, o diretor executivo, foi enviado para todos os membros em inglês, relatando uma “grande vitória”.

Na *Avaaz*, a ausência de um espaço de deliberação entre os membros e destes com a organização na definição das campanhas a serem deflagradas parece revelar que a organização não poderia ser enquadrada no modelo normativo de esfera pública preconizado por Habermas, ainda que este não seja o ponto de vista consensual, tendo em vista a configuração de uma esfera pública interconectada.

Uma reflexão que ajuda a pensar nisso é a promovida por Dahlberg (2001), que compara práticas deliberativas *online* com o modelo normativo de esfera pública definido por Habermas, que se constitui pelo discurso prático-moral e com uma interação orientada para resolver problemas políticos. Para tal, destaca que todo participante engajado no discurso prático-moral atende a uma série de pressuposições pragmáticas que remetem a um conjunto de seis condições normativas da deliberação na esfera pública.

Este conjunto de condições passa, primeiramente, pela autonomia em relação ao Estado e ao poder econômico, a fim de estabelecer se é possível falar de espaços interativos públicos *online*. Mais do que os meios de comunicação de massa, a internet oferece espaços que estimulam o debate crítico. Ainda que tais espaços não sejam totalmente autônomos,

tendo em vista que estão situados em uma relação complexa com o poder das corporações, dos Estados e de atores da sociedade civil, podem oferecer a base para uma expansão da esfera pública. Uma segunda condição é a troca e crítica de pretensões criticáveis de validade prático-moral, com as quais é possível determinar se tais interações são realmente deliberativas.

O autor entende a reflexividade como uma das condições importantes para a qualidade das deliberações. Trata-se da capacidade dos indivíduos refletirem criticamente sobre um assunto e de mudar a posição de alguém, quando este é confrontado pelo melhor argumento. As trocas na internet parecem facilitar a reflexividade, pois são assíncronas, proporcionando tempo de reflexão aos participantes antes de apresentar suas próprias contribuições. Porém, os debates na internet também trazem uma série de características que podem retardar a reflexividade, notadamente o tamanho das postagens, a estrutura não linear das conversas e a rapidez das trocas. Além dos custos de estar *online* (tempo e dinheiro), as trocas rápidas são incentivadas por um senso de urgência que muitas vezes se desenvolve pela pressão para atrair e manter a atenção limitada de outros participantes. Os indivíduos e grupos demonstram que a deliberação reflexiva não é apenas possível, mas está ocorrendo *online*, ainda que fique muito aquém do que seria esperado numa esfera pública democrática, nos termos sugeridos por Habermas, o que pode ser atingido se os participantes passarem a “ouvir” respeitosamente e chegar a um entendimento da posição do seu interlocutor.

Outra condição remete às regras ideais de reciprocidade, na medida em que um discurso publicamente orientado envolve participantes que tentam se colocar na posição do outro, de modo a chegar a compreender verdadeiramente a perspectiva proposta por seu interlocutor. Por fim, a sinceridade, de um lado, e a inclusão discursiva e igualdade, de outro, perfazem duas outras condições normativas.

Considerando estas condições normativas, Dahlberg (2001) procura entender se os espaços interativos da internet estão melhorando e ampliando a esfera pública de discurso crítico-racional. O autor mostra que a troca e a crítica de reivindicações políticas podem ser encontradas em milhares de grupos, listas de *e-mail*, fóruns, grupos de bate-papo e publicações da *web*, confirmado que a internet está facilitando um discurso que replica a estrutura básica do debate racional-crítico e que, de várias maneiras, se aproxima das de uma esfera pública.

Entretanto, se a internet parece facilitar uma expansão, que se constitui quando os indivíduos entram em deliberação sobre questões políticas, o autor aponta limites ao considerar que a qualidade deste discurso está aquém das exigências do modelo de esfera pública, chamando atenção para os seguintes aspectos: a crescente mercantilização, que ameaça a autonomia de interação pública *online*; a baixa reflexividade da maior parte das deliberações; a falta de escuta respeitosa com os outros e o compromisso para trabalhar com a diferença, que aparecem como obstáculos em muitos fóruns *online*; a dificuldade em verificar declarações de identidade e informações apresentadas; as extensas exclusões de indivíduos dos fóruns *online* como resultado das desigualdades sociais; e o domínio do discurso, quantitativo e qualitativo, por certos indivíduos e grupos.

Em uma linha parecida, Polat (2005) entende que a participação política toma forma em uma esfera pública, que não diz respeito somente ao acesso a um grande volume de informação ou expressão de visões individuais, mas também pela oportunidade de deliberação política. A autora defende que a democracia requer a existência de uma esfera pública, que é independente dos interesses comerciais e governamentais e onde um debate racional e crítico possa acontecer. Este debate pode ser considerado como uma forma de participação política.

A esfera pública pode ser vista, então, como um conceito e metáfora para entender o potencial da internet em aumentar o debate crítico e possibilitar participação política. A autora considera três características da esfera pública: estar aberta a qualquer um; permitir que um acordo racional seja alcançado como resultado de um debate racional crítico, livre de julgamentos de valores, constituindo-se como uma arena de comunicação que promove a mutualidade, a solidariedade e a reciprocidade; ser independente da intrusão do governo e interesses comerciais.

Neste sentido, a internet parece não contribuir para um alargamento da esfera pública ou mesmo configurar uma esfera pública virtual, pois não é universalmente acessível para o público, carece do acordo racional que é fundamental para a esfera pública, e é colonizada por interesses comerciais em função do seu potencial publicitário. Entretanto, os jornais impressos e a televisão não parecem estar permeados por estas condições. Ainda que não forme uma esfera pública, a autora chama atenção para as comunidades *online*, e mais recentemente os *sites* de redes sociais, que operam como plataformas tecnológicas em que os participantes exercitam seus direitos como cidadãos e participam de uma deliberação política *online*.

A internet oferece algumas oportunidades, especialmente para grupos cuja atuação se encontra centrada em determinadas questões e que se juntam *online*, a exemplo do que ocorre nos coletivos heterogêneos que tomam forma a cada mobilização empreendida pela *Avaaz*. Verifica-se nessas comunidades um potencial para construção de capacidades, suportes e informação a ser compartilhada com outros indivíduos, bem como um encorajamento para a participação política. Além disso, é mais barato e conveniente se organizar em uma comunidade *online*.

Indo além desta perspectiva habermasiana, vale pensar se, com as tecnologias da internet, a *Avaaz* sinaliza uma expansão da esfera pública, na medida em que se insere em debates sobre problemas que já estão colocados publicamente, mobilizando sua rede para influenciar o debate em torno deles. A operação desta organização se dá pela distribuição de *e-mails* por uma lista cadastrada, e os indivíduos que recebem estes *e-mails* não sabem de antemão que questões serão privilegiadas pela organização, o que a princípio pode favorecer encontros com informações inesperadas a partir de determinadas temáticas. Importante considerar, ao mesmo tempo, que esses estímulos, transmitidos aos membros da *Avaaz* através dos alertas, podem gerar debates fragmentados em diferentes redes individualizadas, o que pode ser comprovado pelos compartilhamentos de *links* das campanhas em *sites* de redes sociais. Não existe, na estrutura da organização, um fórum capaz de possibilitar a discussão política da agenda política ou da estratégia adotada pela *Avaaz* em suas campanhas, o que pode favorecer um engajamento pontual, sem qualquer tipo de comunicação com outros indivíduos. Não há debate político sobre os temas das campanhas, salvo nas redes individualizadas de quem se engaja e compartilha as campanhas, o que não foi objeto de análise nesta tese.

Ao apreciar a tematização dos debates públicos em listas de discussão, por exemplo, Eisenberg (2003) entende que estas simulam a organização dos espaços públicos urbanos, onde os indivíduos se encontram para discutir assuntos variados sem a mediação dos meios de comunicação de massa. O autor entende que os mecanismos de interação mediada que a internet possibilita têm um impacto mais profundo sobre a política, pois permitem a ampliação dos fóruns para públicos de debate e discussão, a ponto de se cogitar uma ampliação da esfera pública. O problema é que os ideais de participação e deliberação que definem um conceito de esfera pública requerem que os cidadãos sejam expostos não somente à informação e a cidadãos com os quais eles escolhem interagir, mas também a informações e indivíduos inesperados.

Os meios de comunicação de massa produzem essas informações, permitindo encontros inesperados, que geram discursos e argumentos igualmente disponíveis a todos os cidadãos, independentemente de suas redes particulares de interação social. O problema da internet é que ela produz uma individualização radical dos mecanismos de filtragem de informações, argumentos e encontros. Essa particularização dos filtros traz um potencial de fragmentação social, que é acompanhado por uma diminuição dos debates políticos sobre bens públicos, bem como das liberdades cívicas, se considerarmos que ser livre passa pela formação e satisfação de preferências sem interferência, mas também por uma exposição pública à informação e aos argumentos relevantes a tais escolhas.

A Avaaz não deve ser analisada de forma isolada nem como uma organização que atua no terreno da virtualidade, mas como um ator-rede que está inserido em uma série de debates, polêmicas e controvérsias que ganham dimensão pública através das associações que vão se construindo em tornos destes debates. Trata-se de uma organização que procura um momento específico para agir sobre questões públicas que já estão amadurecidas, articulando-se com outras organizações e movimentos. Ela não cria as questões, mas produz, em seus alertas de *e-mail*, determinados enquadramentos e, em algumas situações amplia essas questões, colocando a sua capacidade de mobilizar um número crescente número de membros, ou seja, seu capital político, a serviço de determinados problemas públicos em momentos que são vistos como cruciais, de forma a pressionar para que determinada situação de mudança ocorra, ou seja evitada, dependendo da situação.

Por exemplo, na campanha “Combatendo a sonegação mundial de impostos”, de junho de 2013, a Avaaz denuncia a fortuna escondida pela sonegação de impostos por empresas, que atinge o montante de US\$ 1 trilhão a cada ano. A oportunidade encontrada pela organização foi criar uma petição e trabalhar junto com o cantor Baaba Maal e organizações como *Save the Children* e *Action Aid*, entre outras, a fim de fazer com que estas vozes chegassem a David Cameron, presidente do G8. Uma carta assinada por 21 mil representantes de empresas de todo mundo resultou na *Declaração Lough Erne*, um acordo que poderá levar os governos a trabalhar em conjunto para pôr fim à sonegação de impostos. Trata-se de um acordo geral que não pode ser considerado uma vitória efetiva na medida em que não se recuperou o que foi sonegado.

Diferente da perspectiva habermasiana, Dahlgren (2005) entende o funcionamento de uma esfera pública como uma constelação de espaços comunicativos na sociedade, que permitem a circulação de ideias e debates, idealmente sem restrições, bem como a formação da vontade coletiva ou opinião pública. Nestes espaços, a mídia e, mais recentemente, a internet, facilitam ligações comunicativas entre os cidadãos e os detentores do poder na sociedade.

O autor enfatiza três dimensões da esfera pública. A primeira é a estrutural, reunindo suas características institucionais formais, que incluem as organizações de mídia, sua economia política, seus proprietários, formas de controle, mecanismos formais e informais de regulação, questões associadas a financiamento e enquadramento legal que definem liberdades e constrangimentos no âmbito dos sistemas de comunicação. A segunda é a representacional, que corresponde aos efeitos dos meios de comunicação. A terceira é a dimensão interacional, constituída pelo público. A esfera pública compreende dois mecanismos fundamentais: de um lado, os encontros dos cidadãos com a mídia e os processos comunicativos associados a estas interações, tais como fazer sentido, interpretar e usar os resultados; de outro, os encontros entre os cidadãos, que inclui desde conversas entre dois indivíduos até grandes encontros.

Um tema central na construção das democracias, pela lente da dimensão estrutural da esfera pública, é a desestabilização dos sistemas de comunicação política que estaria ocorrendo com o advento da internet, o que pode assumir um sentido positivo, com a transformação de velhos padrões. A economia política da internet sugere um desenvolvimento que se volta rapidamente para uma comercialização intensa, que a aproxima do modelo de mídia tradicional. A internet se tornou um elemento integrado na dinâmica do capitalismo global. Além disso, o seu uso para fins políticos é menor quando comparado com outros fins. Mesmo assim, a atual arquitetura da rede oferece espaço para muitas iniciativas cívicas.

Na arena da política, considerando a dimensão representacional da esfera pública, a internet se torna não apenas relevante, mas central, pela sua capacidade de comunicação horizontal na interação cívica. Tecnologicamente e economicamente, o acesso à internet, em especial por meio de telefones celulares, facilita o crescimento de redes digitais de ativistas.

No que diz respeito à dimensão interacional, a internet tem um forte papel a desempenhar no setor de *advocacy* no contexto das novas políticas extraparlamentares, mas também das parlamentares. A discussão política em organizações como a *Avaaz* se esforça para obter um consenso ou comprometimento interno por meio da adesão de uma parcela dos membros, muitas vezes com algum grau de identidade coletiva e mobilização política. Externamente, o impulso político destas organizações em direção aos detentores do poder na esfera política ou econômica não visa atingir o consenso, mas exercer efeitos sobre a política, influenciando a opinião pública.

Aqueles que atuam no movimento por uma globalização alternativa, pela paz e pela defesa de direitos, bem como com meio ambiente, direitos humanos, questões de gênero, entre outros temas, se esforçam para fazer uma diferença política em contextos fortemente caracterizados por relações de poder muito desiguais. Embora o consenso racional-normativo possa, por vezes, ser uma estratégia adequada, o autor mostra que a deliberação não é sempre o melhor quadro de interpretação quando se trata de descrever ou analisar as interações políticas.

Dahlgren (2005) chama atenção para o fato de que a internet está na vanguarda da evolução da esfera pública e que, se a dispersão das esferas públicas geralmente contribui para a desagregação de um sistema de comunicação política já desestabilizado, a internet permite que cidadãos engajados desempenhem um papel no desenvolvimento de novas políticas democráticas. A discussão pode tomar a forma de deliberação, com vários graus de sucesso, sendo que o mais importante neste contexto é que a conversa entre os cidadãos seja o catalisador para as culturas cívicas que estão alimentando este engajamento.

Os padrões de ação da *Avaaz* mostram que esta organização desencadeia diferentes processos de mobilização dos seus membros por *e-mail* sem fomentar um processo deliberativo com os mesmos. Outro ponto a ser considerado é que, apesar da ausência da deliberação, as pretensões desta organização passam mais pela produção de efeitos a cada campanha deflagrada em áreas em que as relações de poder se apresentam muito desiguais, tais como meio ambiente e direitos humanos. Esta organização atravessa o espaço dos fluxos da mídia, criando situações propícias para a discussão de temas e engajamento dos que considera como membros. Além disso, é importante ter em mente que a *Avaaz* interage em um ambiente povoado por uma grande diversidade de atores e formas de interpretação de um dado problema. Neste sentido, pode haver um diálogo se considerarmos que, em boa parte dessas questões, a *Avaaz* não é a única voz.

Teixeira (2011) também se aproxima de Latour *et al* (2005) quando entende que da mesma maneira que a internet pode ser vista como um espaço inclusivo, aberto e fomentador de novas formas de ativismo cívico, uma *ágora* eletrônica global indispensável a movimentos

sociais e organizações em sociedades ligadas em rede, também aparece como uma espécie de contra-esfera pública, dado o seu potencial subversivo ou anti-hegemônico, ou mesmo como um amontoado caótico de fluxos discursivos que não configurariam uma esfera pública propriamente dita.

O autor reconhece que a crítica aos debates travados *online* está associada a uma crença no consenso e na racionalidade como qualidades indispensáveis à aceitabilidade do debate de natureza política. No entanto, chama atenção para o fato de que, na ausência de ambos, os debates na internet nem por isso passam a ter pouca ou nenhuma legitimidade e relevância, porque não conformam uma esfera pública que parte de uma oposição implícita entre as paixões e os interesses, bem como da suposição de que o esclarecimento e entendimento políticos vêm ao final de uma interação dialógica.

A Avaaz opta por um caminho que se relaciona com a mobilização das paixões e das emoções, o que pode ser visto na urgência e tom emocional que dramatizam cada campanha. Teixeira (2011) defende que o desafio colocado pela discussão política com a internet é o de pensar a mobilização das paixões, não seu abrandamento ou anulação. Para ele, as especificidades e desafios desta novidade podem ser mais adequadamente apreciados dentro de um vocabulário político e filosófico que tem como centro de gravidade o pensamento acerca e a partir do dissenso e da diferença.

O uso da internet pode produzir mudanças de atitudes e valores que impactam a participação política na esfera pública. Anduiza *et al* (2009) assinalam que mudanças de atitude, que podem ocorrer especialmente em casos de acessos muito frequentes, são produzidas através da interiorização de novas habilidades ou formas de relação que são características da internet. Os mecanismos de troca e contato como fóruns e *chats* constituem um exemplo de novas linhas de comunicação associadas com a interatividade.

Ainda existem dúvidas sobre a capacidade da internet em se tornar uma nova esfera pública para debate e deliberação, mas existe evidência de que a internet trouxe efeitos benéficos para o engajamento cívico, promovendo conhecimento político e aumentando o interesse na política. Uma hipótese que as autoras trazem é a de que, quando certas práticas interativas forem interiorizadas com o uso geral da internet, essas transformações de atitude terão um efeito sobre práticas e atividades políticas. Anduiza *et al* (2009) destacam que se essa nova atitude ou identidade eletrônica for transferida para atividades políticas, isso poderá explicar porque os membros do público vêm crescentemente optando por novas formas de participação que se opõem às hierarquias predominantes nas formas tradicionais, tal como o tipo de engajamento derivado da participação nos processos de mobilização empreendidos pela Avaaz.

Gomes (2005) chama atenção para o fato de que mediante o acesso a um computador e ao capital cultural para empregá-lo no interior do jogo democrático, a internet se torna um recurso valioso para a participação política, oferecendo numerosos meios para a expressão política e um determinado número de alternativas que podem influenciar os agentes da esfera pública. Os dispositivos da internet compreendem uma série de instrumentos que contribuem que os cidadãos se tornem politicamente ativos.

Os dispositivos utilizados pela Avaaz estão associados a um tipo de repertório dentre uma ampla diversidade de repertórios existentes. Existem novas possibilidades de expressão com a internet, que permitem a um cidadão ou a um grupo da sociedade civil alcançar, sem maiores mediações institucionais, outros cidadãos, o que promoveria uma reestruturação, em larga escala, dos negócios públicos e conectararia governos e cidadãos. A internet pode desempenhar um papel importante na realização da democracia deliberativa, pois pode assegurar aos interessados em participar do jogo democrático dois dos seus requisitos

fundamentais: informação política e oportunidade de interação. Com a internet, adquirir e disseminar informação política *online* tornou-se rápido, fácil, barato e conveniente, sendo que a informação disponível na internet é frequentemente desprovida das coações dos meios industriais de comunicação, ou seja, não é distorcida ou alterada para servir a interesses particulares, seja às forças do campo político, seja a indústria da informação.

No entanto, Gomes (2005) alerta para o fato de que mesmo que a internet disponibilize espaço adicional para a discussão política, ela também é atingida pelas blindagens antipúblico dos sistemas políticos, o que diminui consideravelmente a real dimensão e o real impacto da opinião pública. Apenas o acesso à internet não é capaz de assegurar o incremento da atividade política, menos ainda da atividade política argumentativa, pois a comunicação *online* não garante instantaneamente uma esfera de discussão pública justa, representativa, relevante, efetiva e igualitária. Se a internet permite que eleitores forneçam aos políticos *feedbacks* diretos a questões que eles apresentam, não garante que este retorno possa eventualmente influenciar a decisão política.

Uma esfera pública virtual acaba por refletir a esfera pública política tradicional, servindo simplesmente como espaço adicional para a expressão da política, mais do que um reformador radical do pensamento e das estruturas políticas. Além disso, nem toda informação política na internet é democrática, liberal ou promove democracia. A informação *online* é um recurso que está, em princípio, disponível para todos os indivíduos que estiverem aparelhados para obtê-la, mas, na prática, não é fácil ter acesso e gerenciar vastos volumes de informação. Assim, o acesso à informação política não nos torna automaticamente cidadãos mais informados e ativos.

Gomes (2005) entende que quem pode ter acesso à informação *online*, pode gerenciá-la e, eventualmente, pode produzi-la, estando, portanto, equipado com ferramentas adicionais para ser um cidadão mais ativo e um participante na esfera pública. No entanto, as tecnologias tornam a participação na esfera política mais confortável e acessível, mas não a garantem, seja porque a discussão política *online* está limitada àqueles com acesso a computadores e à internet, seja porque aqueles com acesso à internet não necessariamente buscam discussões políticas, ou mesmo porque discussões políticas são frequentemente dominadas por poucos.

Por mais que a internet ofereça inéditas oportunidades de participação na esfera política, tais oportunidades serão aproveitadas apenas se houver uma cultura e sistemas políticos dispostos a acolhê-las. Contudo, o autor entende que as circunstâncias históricas em que se encontram as democracias liberais contemporâneas, umas menos outras mais, parecem menos disponíveis à participação dos cidadãos nas suas instâncias de produção da decisão política. Por outro lado, as características da cultura política compartilhada contemporaneamente não parecem apontar para um engajamento crescente dos indivíduos em programas e posições políticas, ou para uma maior disposição dos cidadãos no sentido de se integrar, de modo durável, em formas organizadas da sociedade civil ou interesse em participar de forma constante em debates sobre temas de relevante interesse público. O surgimento de organizações como a Avaaz, com sua proposta de agir mediante engajamentos frouxos e pontuais em diferentes campanhas que são sucessivamente apresentadas, aproveita essas brechas da cultura política compartilhada, convivendo com formas mais duráveis de participação.

Por fim, me volto para apresentar a visão de Benkler (2006) sobre a constituição de uma esfera pública interconectada. O autor entende que a emergência de uma economia informacional em rede e o advento da internet configuram alternativas à mídia de massas, que pelo menos remodelam a esfera pública política. Assim, procura compreender os efeitos da internet sobre a esfera pública depois de um período inicial, na primeira metade da década de

1990, em que as análises se voltavam exclusiva e otimistamente para os efeitos democratizantes da internet, mas também depois das críticas elaboradas a partir da segunda metade da década de 1990, que se concentraram em dois pontos: nas várias implicações da sobrecarga de informação, que gerou o fenômeno que ficou conhecido como “problema de Babel”; e no fato de que a internet não é uma rede tão descentralizada quanto se pensava, a ponto de alguns não acreditarem que ela poderia ser tão democrática.

Os efeitos democratizantes da internet na esfera pública devem ser comparados aos de uma esfera pública baseada na comunicação de massas, e não com uma utopia idealizada acerca de como a internet deve ser, típica das análises do início da década de 1990. Dentre as limitações de uma esfera pública baseada nos meios de comunicação de massa, o autor menciona a base relativamente limitada de indivíduos que podem participar efetivamente dos processos de formação de opinião. Chama atenção, também, para o poder excessivo dos proprietários dos meios de comunicação no sentido de moldar as informações que circulam na rede e influenciar a construção de uma determinada opinião em especial onde o mercado é concentrado. Quando estes proprietários não exercem este poder, sua tendência é simplificar discussões complexas, preferindo a estabilidade ao envolvimento político.

Como contraponto a estas limitações, Benkler (2006) entende que o advento da internet e a configuração de uma economia informacional em rede permitem a emergência de uma esfera pública interconectada. O autor considera que mais e muitos indivíduos podem comunicar suas observações e pontos de vista sem serem controlados ou restritos pelos donos da mídia, nem corrompidos pelo dinheiro, como ocorre nos meios de comunicação de massa. Uma ampla gama de mecanismos — dos mais simples, como listas de discussões e páginas estáticas, aos mais complexos, como a emergência de *sites* de redes sociais, assim como de capacidades graváveis e a mobilidade — têm sido incorporados em um sistema social que reúne informações, observações e comentários politicamente relevantes, configurando plataformas discursivas.

Nas democracias contemporâneas complexas, estas plataformas superam algumas limitações da esfera pública baseada nos meios de comunicação de massa. A internet, por exemplo, permite que qualquer pessoa, em qualquer lugar possa interagir nos seus ambientes sociais, partindo de suas práticas e podendo explicitar um pensamento, crítica ou preocupação no debate público. Benkler (2006) entende que, se os observadores interagem em ambientes sociais da internet, alguns destes ambientes apresentam potencial para se converter em espaços de conversa política, oferecendo possibilidades para que estes observadores se tornem participantes engajados em debates públicos com suas observações. Os vários formatos de uma esfera pública em rede possibilitam que qualquer pessoa fale, pergunte, investigue, pesquise e se posicione, sem que seja preciso acessar os recursos de uma organização da grande mídia, ao menos a princípio e até então.

O autor destaca os mecanismos que permitem a essa esfera pública em rede dar conta do problema de sobrecarga de informação, sem recriar o poder da mídia de massa nos pontos de filtragem e credenciamento na internet. Benkler (2006) aponta dois processos fundamentais para estes desenvolvimentos: de um lado, o surgimento de formas alternativas de filtragem e credenciamento, não mercadológicas e produzidas comunitariamente; de outro, as formas, bastante flexíveis, pelas quais os usuários realmente usam a rede.

O fluxo de informações na internet é bem mais ordenado do que se pensa, e a rede mundial de computadores é muito menos centralizada do que o ambiente de mídia de massa, ainda que alguns *sites* sejam significativamente mais visíveis e amplamente lidos do que outros, seja considerando a *web* como um todo ou *clusters* menores de *sites* semelhantes de usuários que se agrupam. Isso chegou a ser interpretado como um padrão que remete ao

ressurgimento da mídia de massa, ou seja, o domínio de poucos *sites*, mais visíveis, sobre os demais.

No entanto, Benkler (2006) chama atenção para a topologia de rede, que fornece elementos para sustentar uma interpretação diferente. Os ordenamentos que emergem nos ambientes da internet não recriam, no entender do autor, o modelo de esfera pública baseada nos meios de comunicação de massa. Isso acontece porque a atenção nos ambientes da internet depende mais do assunto ser interessante para o grupo de indivíduos que está envolvido em determinada questão do que no ambiente de mídia de massa, que prefere o interesse moderado de um grande número de espectadores.

Em função da redundância de aglomerados e *links*, que configuram concentrações baseadas em interesse mútuo e não em um investimento de capital, torna-se mais difícil comprar a atenção na internet do que na mídia de massa, tornando menos viável o uso do dinheiro para silenciar um ponto de vista oposto. Essas características refutam a objeção da sobrecarga de informação, sem reintroduzir um excesso de poder em alguma parte ou *cluster*, nem possibilitar um ressurgimento do dinheiro como pré-condição para a capacidade de falar publicamente.

Benkler (2006) destaca a emergência dos usuários como um tipo social que age na produção e troca de informações. Trata-se de indivíduos que são às vezes consumidores, às vezes produtores, que participam de forma mais engajada tanto na definição dos termos da sua atividade produtiva, quanto escolha do que consumir e como consumir. Considerando quatro grandes domínios da vida (produção e consumo; trabalho e lazer), uma economia informacional em rede promete aumentar substantivamente a autonomia dos indivíduos, através da criação de um ambiente que se construiu mais em torno da facilitação da ação do que do controle.

A emergência de uma produção radicalmente descentralizada e não mercadológica, em geral, e colaborativa, em particular, constituem formas possíveis de ação, abrindo novas possibilidades para que os indivíduos acreditem que, de fato, podem fazer o que querem e construir o que querem em um ambiente digital em rede. Com o advento da internet, este desejo não precisa e não pode ser frustrado por um elevado custo ou uma burocracia.

O ambiente de informação em rede abre novos domínios para uma vida produtiva, o que não estava dado como possibilidade antes da internet, inclusive para ações que estão no domínio da organização política, como, por exemplo, os organizadores da *Avaaz*. Benkler (2006) entende que os seres humanos contam com um maior domínio sobre a agência, tendo em vista que vivem em um ambiente material e social que lhes permite fazer as coisas por eles mesmos ou em associação por afinidade e colaboração com outros indivíduos.

Na prática, o autor entende que esta nova liberdade individual se tornou possível graças à internet e está nas origens das mudanças na participação política, na justiça e desenvolvimento humano, no aparecimento de uma cultura crítica e do indivíduo como um membro fluído das sociedades contemporâneas. As mudanças no grau em que os compromissos com esta liberdade são honrados e praticados estão associadas aos novos comportamentos que se tornaram possíveis e eficazes com a configuração de uma economia informacional em rede.

Estes comportamentos surgem porque os indivíduos possuem um grau de liberdade maior para agir de forma eficaz, sem se sentirem restritos, na medida em que não precisam pedir permissão a alguém. Benkler (2006) destaca que estes comportamentos permitem a circulação de notícias e informações de forma cooperativa e a produção de comentários, formando a base de uma esfera pública em rede, que faz com que cada indivíduo possa se

sentir como um potencial participante do discurso político, mais do que apenas como um observador.

De um lado, a internet, este conjunto de tecnologias, práticas e contextos; de outro, a economia informacional em rede, um modelo social e organizacional de informação e produção cultural, ambos possibilitam a emergência dessa plataforma alternativa de esfera pública, para além daquela conformada pelos meios de comunicação de massa. Esta esfera pública em rede parece inverter o modelo da mídia de massa, por ser dirigida por densos *clusters* de usuários, que são mais interessantes e cativantes para o engajamento de outros usuários do que os grandes blocos de informação dos meios de comunicação de massa, que se tornam pouco interessantes, pois interagem com os usuários tomando como referência um perfil médio, construído com base em uma audiência uniformizada. A esfera pública em rede se torna uma plataforma para a cooperação de cidadãos que se engajam nela, além de fornecer observações e opiniões, exercendo também uma função de proteção social do modelo de produção colaborativa.

Silveira (2008) assinala que o processo de intensiva digitalização resultante da revolução informacional culminou em um cenário de convergência que, por um lado, reorganiza a produção, o desenvolvimento e a distribuição de bens informacionais. Por outro, desorganiza velhos modelos de controle da indústria cultural e dos serviços de telecomunicações, assim como lança os grupos econômicos em uma disputa pelos fluxos de riqueza. As redes digitais estão aprofundando as contradições do capitalismo cognitivo ao ampliar os espaços democráticos da crítica, da criação cultural e da diversidade, bem como ao abrir espaço para a emergência de uma esfera pública interconectada, com um potencial mais democratizante do que a esfera pública dominada pelos *mass media*.

Neste ambiente informacional, as redes digitais estariam promovendo profundas mudanças na esfera pública. O ambiente informacional apresenta duas grandes diferenças em relação ao ambiente do *broadcasting*. Primeiro, na arquitetura de rede, na medida em que a arquitetura unidirecional dos fluxos de informação dos *mass media* é alterada para uma arquitetura de alta complexidade, com conexões multidirecionais entre todos os nós, formando um ambiente de elevada interatividade e de múltiplos informantes interconectados. Segundo, nos custos para tornar-se um emissor, pois o ambiente das redes digitais elimina os custos de comunicação como barreiras para falar e propagar suas mensagens.

Silveira (2009) salienta que o poder econômico se manifesta com grande intensidade no ambiente das redes digitais e da comunicação mediada por computadores. Mas este poder não consegue impedir o surgimento de *sites*, portais, soluções inovadoras que se constroem e desenvolvem ao largo do capital. No cenário dominado pelos *mass media*, o capital controla o lado da emissão e os canais de transmissão. No cenário digital, da forma como a internet foi estruturada, o capital controla a infraestrutura de conexão, mas não controla os fluxos de informação, nem consegue determinar as audiências. Também não pode impedir o surgimento de portais e *sites* independentes e desvinculados do poder político e econômico. Na seção seguinte, procuro pensar nos repertórios de ação que estão em jogo neste contexto com as campanhas da *Avaaz*.

4.3. Os Repertórios de Ação

Na campanha contra a permanência de Marco Feliciano (Partido Social Cristão – PSC/SP) na presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias - CDHM da Câmara dos Deputados, a *Avaaz* enviou seis *e-mails* visando mobilizar seus membros. O primeiro deles, no início de março de 2013, apresentava uma petição, criada no site *Petições da*

Comunidade, como possibilidade de participação, tendo como alvo os deputados federais. Foram cerca de 550 mil assinaturas nesta petição, sendo que aproximadamente 173 mil membros compartilharam *links* no *Facebook* e 18 mil no *Twitter*. O objetivo era destituir da presidência da CDHM o Pastor Marco Feliciano. Vale ressaltar que esta campanha foi direcionada apenas aos membros brasileiros.

Entre o final de março e início de abril, a *Avaaz* enviou três *e-mails* que procuravam estimular os membros da organização a fazer ligações telefônicas para líderes de partidos na Câmara dos Deputados. O último *e-mail* também destacava a possibilidade de envio de *tweets* (mensagens pelo *Twitter*) diretamente para os deputados, com o mesmo objetivo. Ainda no final de abril, a *Avaaz* enviou um *e-mail* propondo o envio de mensagens para o Deputado André Moura, líder do PSC. No início de maio, um último *e-mail* novamente demandava dos membros da organização a realização de telefonemas para os líderes do PSC, a fim de pressionar pela substituição de Marco Feliciano. A pressão da *Avaaz* e dos seus membros não surtiu resultado: Marco Feliciano continuou na presidência da CDHM.

Estas e outras ações de campanhas tomam lugar em uma esfera pública interconectada: os engajamentos nas oportunidades de participação virtual oferecidas pela *Avaaz* são acompanhados por ações protagonizadas pela organização, seus membros e, em alguns casos, por outros aliados, que se desenrolam em uma esfera pública e que incluem ações de *lobby*, anúncios na mídia, contato com outras organizações e personalidades como músicos e atores, organização de protestos, ajuda humanitária e a própria entrega física das petições.

Algumas perguntas se fazem necessárias neste momento: até que ponto as campanhas da *Avaaz* diferem de campanhas deflagradas por outros movimentos? Uma petição eletrônica seria apenas outra forma de coletar assinaturas que não presencialmente? O envio de mensagens diretas não equivale ao papel que uma carta desempenhava? Até que ponto houve um ganho de escala no repertório de ação moderno ou se trata de um novo repertório que emerge? Estaria em curso uma lógica da ação conectada mais que uma ação coletiva?

Os repertórios de ação não designam performances individuais, mas formas de interação entre partes ou conjuntos maiores de atores. Tilly (1995) assinala que são formas estabilizadas nas quais os pares de atores fazem e recebem demandas considerando o interesse dos outros. Um conjunto de interação simples consiste em um ator coletivo que constrói demandas coletivas, acompanhado de um outro ator que se torna objeto destas demandas. Este conjunto simples é composto de pares que constroem demandas de uns em relação a outros. Portanto, uma análise dos repertórios deve considerar, de um lado, o conjunto formado pelas relações sociais, significados e ações agrupadas em padrões recorrentes; e, de outro, certos requisitos para deflagrá-las, tais como o conhecimento, a memória e as conexões sociais.

Cada rotina de um repertório estabelecido consiste na interação entre duas ou mais partes, de forma que o repertório pertence a um conjunto de atores em conflito, e não a atores singulares. Com isso, a ação faz sentido e se torna eficaz a partir de entendimentos, memórias e acordos compartilhados entre as partes. O repertório de ação não remete à consciência individual, mas à linguagem. Enquanto indivíduos e grupos conhecem e implantam as ações em um repertório, estas ações conectam conjuntos de indivíduos e grupos.

O repertório que está em jogo em ações como a petição, o envio de mensagens, a realização de telefonemas, a doação e a criação de petições que caracterizam as campanhas da *Avaaz* só faz sentido por conta dos alvos identificados em cada oportunidade de participação apresentada pela organização aos seus membros, criando um conjunto de atores em conflito. É nesta interação entre as diferentes configurações que o ator-rede, visto como um coletivo heterogêneo que entrelaça humanos e não humanos, assume a cada campanha, e os alvos, que se pode falar de um repertório a partir das campanhas desta organização.

O surgimento de novas formas de protesto e conflito pode resultar tanto da inovação deliberada, quanto de extenuantes negociações¹⁰². Os atores que promovem protestos e conflitos estão constantemente inovando, ainda que geralmente o façam no perímetro de um repertório existente ao invés de romper inteiramente com velhas formas. Muitas inovações falham e desaparecem, sendo que apenas uma pequena parte delas imprime mudanças de longa duração nas formas de protesto. Geralmente, as inovações que se mantêm ao longo de um período histórico se impõem mediante a eficácia demonstrada pelo seu uso em ações deflagradas pelos grupos que as adotam. A partir daí, outros atores coletivos passam a incorporá-las. Posteriormente estas inovações são institucionalizadas como uma nova forma que traz avanços visíveis para o sucesso das reivindicações de quem as usa. Quando a inovação acontece, todas as partes em ação, incluindo as autoridades e os objetos das demandas, se adaptam à nova configuração de um repertório.

McAdam *et al* (2009) entendem que os repertórios existentes corporificam uma tensão criativa entre inovação e persistência, refletindo lógicas instrumentais e expressivas. A eficácia instrumental deriva da novidade e da habilidade de, temporariamente, pegar desprevenidos oponentes ou autoridades e criar exemplos de desordem pública, custosos aos interesses estabelecidos. O uso repetido do mesmo repertório diminui sua eficácia instrumental e encoraja a inovação tática. Esta é a maior razão para a escalada e a radicalização das táticas e leva os movimentos a fazerem concessões às suas facções mais radicais, condenando-os a serem descritos com sucesso como “extremistas” por seus oponentes e pela mídia.

Por sua vez, a lógica expressiva encoraja a persistência em vez da mudança e ajuda a explicar por que os repertórios convencionais persistem apesar das vantagens instrumentais da inovação, quais sejam: pegar desprevenidos oponentes e autoridades; e criar exemplos de desordem pública custosos aos interesses estabelecidos. Durante os estágios iniciais de um ciclo de protesto, as escolhas táticas feitas por grupos desafiantes expressam sua identificação com os primeiros insurgentes e sinalizam uma definição mais ampla e inclusiva da luta que surge. Eles se consideram apenas parte de uma ampla comunidade político-cultural que se expande rapidamente lutando a mesma luta em algumas frentes relacionadas. Uma parte significativa do que une e define esses vários grupos como uma comunidade coerente é sua dependência persistente em relação às mesmas formas modulares.

Tilly (1995) entende que é raro um repertório inteiro dar lugar a outro, como aconteceu no caso da Grã-Bretanha entre 1758 e 1834, estudado por ele. Por isso, chama atenção para o fato de que cada repertório de protesto e conflito tem sua própria história. De certa forma, podemos pensar que uma inovação pode estar acontecendo com o advento da internet nas ações coletivas, mas será que esta inovação remete à emergência de um novo repertório?

As campanhas da *Avaaz* sinalizam inovações do repertório de ação coletiva na medida em que a petição não foi criada por esta organização, mas ganhou em adesão, em velocidade e em novas escalas com o advento da internet: esta organização demonstra a capacidade de gerar petições com um grande volume de assinaturas em um curto espaço de tempo. Da mesma forma, os envios de mensagens pelos ativistas para um alvo determinado se tornou mais ágil com a internet, se comparado, por exemplo, com o envio de cartas. Nestes casos, trata-se, fundamentalmente, de novas formas de colocar em prática um repertório já existente. No entanto, quando a *Avaaz* possibilita que qualquer pessoa crie uma petição no site *Petições*

¹⁰² Tilly (1995) apresenta como exemplo o processo em que empregadores, trabalhadores e agentes do Estado britânico se esforçaram para definir as formas aceitáveis e inaceitáveis da atividade de greve no início do século XIX.

da Comunidade, a organização abre uma possibilidade que não estava dada no repertório de ação moderno e que remete, como tem sido citado por vários autores (EARL *et al*, 2011; CHADWICK, 2007; ROLFE, 2005); MACHADO, 2007), a um repertório de ação digital.

Tilly (1995) concentra sua análise nos momentos em que os indivíduos se reuniram para tornar demandas públicas vigorosas e visíveis, agindo sobre estas demandas. O autor deu grande atenção às aglomerações de protesto¹⁰³, procurando defini-las como ocasiões em que um número de indivíduos de fora do governo se reúne em um lugar publicamente acessível e faz demandas a pelo menos uma pessoa fora da sua própria aglomeração¹⁰⁴. Estas reivindicações, caso se realizem, podem afetar os interesses do ator que está sendo demandado.

Ao considerar as manifestações de rua, em paralelo à expansão da política eleitoral nos séculos XVIII e XIX, o autor entende que estas manifestações se concentram deliberadamente em um lugar visível e simbolicamente importante, exibindo sinais de compromisso compartilhado em relação a alguma demanda apresentada às autoridades, até se dispersarem. O autor assinala variações: com ou sem marchas através das ruas; com ou sem discursos; com ou sem a pompa dos desfiles, tais como uniformes, trajes, bandeiras, cartazes, sinais, músicos, músicas e slogans gritados. Além disso, ressalta que as manifestações agregam muitos números e compromissos para uma causa.

As manifestações envolvem pelo menos quatro atores: os manifestantes; seus alvos, ou seja, aqueles a quem as demandas se dirigem; os especialistas no controle oficial do espaço público (geralmente a polícia); e os espectadores. Considerando a Grã-Bretanha, Tilly (1995) entende que os repertórios de ação coletiva mudaram fundamentalmente entre 1750 e 1830. No século XVIII prevaleceram formas de conflito aberto em uma escala local, incluindo apreensões de grãos, ataques a pedágios, rupturas de cerimônias ou festivais, caça grupal em território proibido, invasões de terra e destruição ordenada de propriedade. Muitas destas formas existiram por vários séculos com mudanças relativamente pequenas, tendo em vista que as maiores alterações remetem mais ao declínio das depredações por exércitos e *gangs* privadas do que à introdução de novas formas de ação.

O autor entende que o repertório do século XVIII pode ser caracterizado como *paroquial*, pois frequentemente os interesses e ações envolvidas eram restritos a uma pequena comunidade; *particular*, pois variavam significativamente de um lugar ou ator para outro; e *bifurcado*, pois quando os indivíduos agiam nas questões locais e objetos próximos, adotavam a ação direta para atingir seus objetivos, sendo que nas questões nacionais, recorriam a uma autoridade local para agir. Esse repertório incluía uma boa dose de ceremonial, uma espécie de “teatro de rua”, que se implantava com fortes símbolos visuais e destruição de objetos carregados de simbolismo.

Algumas rotinas do século XVIII sobreviveram no século XIX, mas perderam proeminência frente aos novos recursos que canalizavam demandas feitas coletivamente. As manifestações, greves, comícios, passeatas passaram a prevalecer como formas de protesto com um caráter diferente. Estas ações eram *nacionais*, já que se referiam a interesses e questões que abrangiam muitas localidades; *modulares*, pois as mesmas formas serviam para

¹⁰³ Esta definição de aglomerações de protesto comprehende todo evento no qual as autoridades e observadores designam como motim, tumulto, distúrbio, desordem, manifestação; mas também inclui grande número de manifestações pacíficas, procissões e outras assembleias que escapam da ira das autoridades.

¹⁰⁴ Mesmo assumindo a existência de protestos coletivos descontínuos, o autor descartou as formas individuais de conflito e resistência, bem como as operações rotineiras dos partidos políticos, sindicatos, redes de patrões e clientes, e outras poderosas formas de ação coletiva, o que não impede o uso de suas formulações.

diferentes localidades, atores e questões; e *autônomas*, nas iniciativas e nos centros de poder nacionais mais significativos.

Tilly (1995) destaca que o repertório do século XIX envolvia menos ação direta e uma imediata reparação de justiça, quando comparados aos do século XVIII. Uma das principais mudanças foi um dramático declínio da violência física nos conflitos, tendo em vista que as mortes quase desapareceram nas interações, bem como os feridos e presos. Um aspecto desta mudança de repertórios é que ela parece ter ocorrido em surtos, no período entre 1789 e 1807, ou seja, em uma série de mudanças contextuais, com destaque para a importância política da Revolução Francesa e econômica do Império Britânico, bem como de um Estado crescentemente poderoso e demandante, que provocou o aparecimento de novas formas de ação política. Neste sentido, esta atividade coletiva britânica representa o nascimento dos movimentos sociais como uma espécie de desafio, provocação, objeção sustentada e organizada às autoridades, em nome de uma população privada, excluída e injustiçada.

O autor entende que estes movimentos confrontam e se alimentam das políticas eleitorais, pois sinalizam a presença do suporte de massa, ou de votos potenciais, para programas que não tiveram voz nas legislaturas existentes. Ao longo dos séculos XIX e XX, no Ocidente, os movimentos sociais nacionais tornaram-se um elemento significativo das políticas populares, contribuindo tanto para um alargamento da participação e para a extensão do sufrágio quanto no que diz respeito ao exercício de uma pressão popular sobre os políticos eleitos.

Os movimentos sociais deram suporte à emergência de políticas extra e paraparlamentares ao se organizar em plataformas de massas, convenções nacionais ou cartas populares, dando uma ideia de que o processo representativo existente exclui indivíduos que têm o direito de ser ouvidos. Assim, se tornaram um “caminho-padrão de fazer demandas” ao coordenar marchas, manifestações, petições, *slogans*, publicações e associações, a fim de desafiar nacionalmente a distribuição de poderes existente, bem como o uso do poder pelo Estado. Tornaram-se um novo modelo que foi adotado por cidadãos de outros Estados ocidentais.

Mais recentemente, Tilly (2005) parte do entendimento de que a cidadania designa um conjunto de reivindicações mutuamente exigíveis que relacionam categorias de indivíduos a agentes governamentais. Os direitos e obrigações que ligam os cidadãos aos Estados se formaram a partir de conflitos, sendo que podemos distinguir entre demandas vindas de cima e de baixo. Da perspectiva de cima, as demandas do Estado por recursos e submissão geram barganhas, resistência e ajustes, que abarcam tanto direitos quanto obrigações. Da perspectiva de baixo, segmentos da população submetida ao poder também adquirem direitos e obrigações através da mobilização, ao demandar a intervenção e reorganização dos agentes estatais, bem como realocação dos recursos controlados pelo Estado. Normalmente, processos como taxação, recrutamento e regulação geram barganhas regulares, resistências e ajustes em relação às atividades que se desenvolvem na categoria “de cima”, sendo que partidos, grupos de pressão e movimentos sociais se relacionam com os membros da categoria “de baixo”. No entanto, a cidadania efetiva impõe fortes obrigações uniformemente em ambas as categorias, seja dos participantes políticos, seja dos agentes estatais.

O autor destaca que os movimentos sociais emergiram pela síntese de três elementos: um esforço público sustentado e organizado para fazer demandas coletivas dirigidas a alvos com autoridade, o que o autor chama de campanha; o emprego de combinações das seguintes formas de ação política: criação de associações e coalizões de interesse especial; encontros públicos, procissões solenes, vigílias, reuniões, manifestações, petições, anúncios na mídia e panfletagens, que constituem o conjunto de performances do repertório dos movimentos

sociais; e as representações públicas dos participantes naquilo que entende como *WUNC* (sigla que reúne merecimento, unidade, números e comprometimento de parte deles e/ou seus eleitores).

Tilly (2005) destaca que, ao contrário de uma petição, declaração ou encontro de massas, uma campanha se estende para além de um simples evento, embora o processo de uma campanha, na forma como é construído pelos movimentos sociais inclua normalmente petições, declarações e encontros de massas. As campanhas podem estar centradas em demandas: pela adoção ou abolição de programas públicos; pelo reconhecimento da existência dos reclamantes; pela ratificação de sua condição enquanto tipos específicos de atores políticos o que pode envolver tanto povos indígenas como partidos constituídos. Uma campanha sempre liga três partes: (1) um grupo de demandantes; (2) um objeto de demanda; e (3) um público de algum tipo. São as interações entre estas três partes que constituem um movimento social. O autor entende que a combinação entre campanhas, repertórios e *WUNC* adquire uma generalidade e poder que seus predecessores não tiveram.

McAdam *et al* (2009) destacam que as ações dos movimentos sociais assumem a forma de repertórios, com números limitados de desempenhos alternativos historicamente estabelecidos ligando reivindicadores a objetos de reivindicação. No desempenho destes repertórios, os autores incluem a criação de associações ou partidos de interesse especial, reuniões públicas, demonstrações, passeatas, campanhas eleitorais, empenho para fazer petições, pressão, ocupação forçada de terras e edificações, publicações, formação de instituições de serviço público e construção de barricadas. Atualmente, os ativistas e organizações como a Avaaz também podem criar *sites*, aparecer em programas de televisão e organizar fóruns pela internet, entre outras ações, frequentemente ultrapassando fronteiras nacionais.

Alonso (2012) entende que Tilly busca refletir sobre as formas especificamente políticas de agir, tomando emprestado da música a noção de repertório para designar o leque de maneiras de fazer política num dado período histórico. O conceito ressalta a temporalidade lenta das estruturas culturais, sem deixar de dar espaço aos agentes, pois a lógica volátil das conjunturas políticas os obrigaría a escolhas contínuas, conforme oportunidades e ameaças. Como cada uso é peculiar, sempre reconhecemos uma passeata, sem que ela seja exatamente igual a nenhuma outra. Por outro lado, o que há de comum entre as passeatas é o fato delas buscarem as cidades, a visibilidade diante do público e do Estado. Desta forma, as variações se inventam no curto prazo enquanto que, no longo prazo, sobrevivem e se difundem inovações bem-sucedidas, “emprestadas” por outros atores em novas circunstâncias.

A autora destaca que Tilly passou a entender a ideia de repertório como um conjunto de performances que se desenvolve, suplantando a rotina como unidade mínima do repertório ao procurar significados associados a este, sendo que a identidade aparece como o que os atores definem por contraste e confronto com grupos rivais em um conflito particular. Os sentidos são inseparáveis das práticas e o melhor acesso a eles é a análise de performances, e não dos discursos. Apresentar uma petição, fazer um refém ou organizar uma manifestação constituem performances que vinculam pelo menos dois atores, um reivindicador e um objeto das reivindicações. Os repertórios são, assim, aprendidos durante performances confrontacionais, na medida em que só se aprende a marchar, marchando, e estas performances modificam os repertórios, contínua e incrementalmente.

Bringel (2012) destaca o caráter contingente, interativo, complexo e relacional da história e dos processos sociais na obra de Charles Tilly, identificando três modalidades de repertórios: competitivos, para expressar rivalidades em um sistema constituído; reativos, para defender direitos ameaçados; e pró-ativos, para reivindicar novos direitos. O autor destaca que

a noção de repertório acabou se consolidando dentro das teorias da ação coletiva como forma de assinalar que a produção de demandas se concentra em uma quantidade limitada de formas, que se repetem, com variações mínimas, constituindo um repertório que os atores acionam de maneira mais ou menos deliberada.

As campanhas da *Avaaz* atuam em todas essas modalidades destacadas pelo autor, com maior incidência sobre os direitos do que sobre as rivalidades, sendo que esta organização se constitui como parte de um repertório que toma forma com o advento da internet. Aqui não se trata de esgotar as muitas possibilidades inerentes à emergência de um repertório de ação digital a partir da *Avaaz*, mas de entender que as ações desta organização compõem uma parte específica das formas de ação política com a internet nas sociedades contemporâneas. Neste sentido, um repertório de ação digital convive com o repertório de ação moderno, muitas vezes imbricando-se, mais do que superando ou substituindo este.

Apesar de configurar uma inovação de formas existentes, o engajamento em diferentes campanhas mobilizadas pela *Avaaz*, utilizando distintas estratégias de participação, pode propiciar novas performances em um plano mais individualizado, em especial se considerarmos que qualquer um pode criar uma petição. Os diferentes usos da internet em situações de demanda ou confronto podem ser vistos como elementos que trouxeram inovações aos repertórios de ação nas sociedades contemporâneas. A partir do caso estudado, procuro entender se estas inovações trazidas pela internet proporcionam mudanças significativas nos repertórios que se constituíram no século XIX e se desenvolveram ao longo do século XX, a ponto de configurar um repertório de ação digital que convive com o repertório moderno de ação na esfera pública interconectada.

4.4. A Emergência de um Repertório de Ação Digital

Na campanha da *Avaaz* em prol do voto aberto no Congresso Nacional Brasileiro, elementos do seu repertório chamam atenção. No dia 12/06/2012, a organização enviou um *e-mail* intitulado “Eu quero saber como vota meu parlamentar!”. A participação dos membros seria mediada por uma petição, direcionada ao presidente da Câmara dos Deputados, Henrique Eduardo Alves (PMDB-RN), e a todos os deputados federais. O objetivo era acabar com o voto secreto nas votações mais importantes e abrir o processo para que todos os cidadãos pudessem ter conhecimento. Foram cerca de 687 mil assinaturas, com 135 mil compartilhamentos de *links* no *Facebook* e 14 mil no *Twitter*.

Essa campanha volta a aparecer entre os *e-mails* enviados no dia 27/03/2013, nove meses depois, com o título “Fim do voto secreto no Congresso Nacional”, a partir de uma nova petição, esta criada por um membro no site *Petições da Comunidade*, que reuniu cerca de 687 mil assinaturas, com 41 mil compartilhamentos de *links* no *Facebook* e 3,5 mil no *Twitter*, tendo como alvo a presidente Dilma Rousseff.

Em outros três *e-mails*, enviados entre meados de abril e início de junho, a *Avaaz* retomou esse mesmo tema através de outra petição intitulada “Fim do voto secreto no Congresso Nacional”, desta vez tendo como alvo todo o Congresso Nacional. Esta petição reuniu cerca de 518 mil assinaturas, com 136 mil compartilhamentos de *links* no *Facebook* e 14 mil no *Twitter*. Por fim, em uma sequência de seis alertas de *e-mails*, enviados entre meados de julho e final de novembro de 2013, a organização mobilizou novamente seus membros para que efetuassem ligações telefônicas para deputados federais, fazendo pressão pelo voto aberto. Trata-se de uma campanha que a *Avaaz* considera vitoriosa, tendo em vista a aprovação da lei no Congresso.

Nesta campanha, como em tantas outras, o repertório que estava em jogo envolvia ações como a assinatura de petições e a realização de telefonemas. A Avaaz procura traduzir elementos de pressão tradicionais, como a petição, as mensagens e os telefonemas aos alvos, para uma forma de ação digital a partir de campanhas elaboradas por um pequeno grupo de profissionais. Esta tradução é complementada por ações individualizadas, seja de compartilhamento de *links* em *sites* de redes sociais, seja criando petições no site *Petições da Comunidade*, bem como por articulações com outras organizações na esfera pública.

Rolfe (2005) examina os caminhos pelos quais um repertório de ação digital é construído, tratando o ativismo *online* como uma inovação ao propor um modelo híbrido que integra várias abordagens. Ao examinar os vários caminhos pelos quais dinâmicas de contestação *online* emergem, o autor entende que o desenvolvimento deste repertório aparece como resultado de três processos: a tradução para o espaço digital de elementos do repertório *offline* por organizações e movimentos sociais; a criatividade radical de pequenos grupos, com experiência crítica e técnica; e inovações compartilhadas rápida e globalmente entre organizações através de um processo de difusão.

Na campanha “Salve a internet do planeta”, lançada em novembro de 2011, a Avaaz enviou dois alertas de *e-mail* para mobilizar seus membros para lutar por uma internet livre e aberta, votar contra o *Protect IP Act*¹⁰⁵ e o *Stop Online Piracy Act*¹⁰⁶, bem como proteger a internet, vista como um pilar fundamental das democracias. Os alvos eram os membros do Congresso dos EUA. A petição apresentada teve quase 3,5 milhões de assinaturas, o que correspondia a 35% dos membros da Avaaz ao redor do mundo na época. A participação pelo compartilhamento de *links* em *sites* de redes sociais foi bem significativa: cerca de 1,3 milhões no *Facebook* (38% dos que se engajaram) e 219 mil no *Twitter* (6,3% dos que se engajaram). Uma campanha como essa foi bem-sucedida, pois as leis não foram votadas, ainda que uma ampla frente contra os projetos de lei, que incluía empresas como o *Google*, entre outros movimentos, tenha sido formada, fato não mencionado pela Avaaz.

Esta campanha mostra que a organização está constantemente em diálogo com outros movimentos sociais, organizações e especialistas, em particular na elaboração das suas campanhas, considerando que sua opção é por uma mobilização rápida nos instantes eminentes de pautas construídas na arena pública em torno de valores universais. Ainda assim, na maioria dos alertas de *e-mail* estas relações não são destacadas, o que leva a pensar em uma forma de procurar criar relações de confiança dos membros com a organização em detrimento de organizações parceiras.

Machado (2007) entende que o repertório de ação digital traz mais possibilidades para a ação coletiva. A inovação, a difusão e a incorporação de certas formas de ação coletiva dependem da rotina da população, suas experiências, organização e modelos de sociedade a que são expostos. O autor chama atenção para a consolidação da tendência de que, com a internet, a maior parte dos movimentos sociais e organizações orientem suas ações com base em valores universais como direitos humanos, minorias, liberdade de expressão, preservação ambiental e outros, reivindicando as garantias das leis do moderno Estado democrático.

¹⁰⁵ Trata-se do *Preventing Real Online Threats to Economic Creativity and Theft of Intellectual Property Act of 2011*, também conhecido como *PIPA*, *Senate Bill 968* ou *S. 968*. É um projeto de lei que se encontrava, naquele momento, em discussão nos Estados Unidos, no Congresso nacional nos EUA para combater *sites* relacionados à pirataria, especialmente aqueles hospedados fora dos Estados Unidos.

¹⁰⁶ Abreviado como *SOPA*, foi um projeto de lei da Câmara dos Representantes dos Estados Unidos de autoria do representante Lamar Smith e de um grupo bipartidário com doze participantes. O projeto de lei amplia os meios legais para que detentores de direitos de autor possam combater o tráfego *online* de propriedade protegida e de artigos falsificados.

Ainda segundo o autor, o que tece tais redes de coletivos sociais são relações, conflitos e processos políticos e sociais que ocorrem na sociedade, cujas causas e consequências se entrelaçam no cotidiano compartilhado dos atores. Os conflitos e processos de mudança reverberam e se difundem pela internet até alcançar o cotidiano dos indivíduos, sendo que os agenciamentos ocorrem sob novos contornos, nos quais interação, intenção, conexão, identidade e ação desempenham papéis cada vez mais fundamentais, fazendo com que os atores sociais tenham uma extensão e influência cada vez maior, criando um ambiente propício à emergência de novas formas de ação coletiva.

A Avaaz procura mapear temáticas que são enquadradas em suas campanhas com objetivo de gerar agenciamentos diferenciados no cotidiano de indivíduos que têm contato com seus *e-mails*, fazendo uso de formas de interação, conexão e ação frente a intenções variadas com estes indivíduos a cada nova campanha. Trata-se de uma nova forma de ação coletiva, que é agenciada sociotecnicamente mediante a coordenação de uma organização frente aos que estão cadastrados em sua base de dados.

Outro ponto importante é um hibridismo, que combina padrões de movimentos sociais, partidos políticos e grupos de interesse, e pode ser visto em algumas campanhas da Avaaz, como em “Realizando o sonho de Malala”, lançada em outubro de 2012, que tem como símbolo uma garota de 15 anos, Mala Yousafzi, que foi baleada pelo Talibã no Paquistão. Quase um milhão de indivíduos assinaram uma petição pedindo que o governo realizasse o sonho da garota, ou seja, uma educação para todos, apoiando um programa de ajuda financeira para colocar todas as crianças pobres do Paquistão nas escolas. A petição foi entregue pelo enviado especial para a educação da ONU, Gordon Brown, ao presidente paquistanês, que também assinou a petição. Neste dia, o governo lançou o programa de ajuda financeira educacional para três milhões de crianças.

Ao tratar das mudanças organizacionais, Chadwick (2007) argumenta que a internet encoraja um hibridismo organizacional, com duas tendências: pela primeira, grupos de *advocacy* e partidos políticos estabilizados estão experimentando processos de hibridização baseados em transplantação e adaptação seletiva de um repertório de ação digital em rede, que pode ser considerado típico dos movimentos sociais; a segunda é que novas formas organizacionais emergem, existindo somente formas híbridas e que não podem funcionar sem a internet e as interações espaciais e temporais complexas que são facilitadas por estas tecnologias. Assim, organizações híbridas, como a Avaaz, combinam repertórios tipicamente associados com três tipos organizacionais (partidos, grupos de interesse e movimentos sociais), o que pode ser visto na campanha acima, que terminou com a aprovação de um programa governamental depois de uma ação de *lobby* coordenada com vários indivíduos pressionando através de uma petição.

O autor entende que os repertórios desempenham um papel em sustentar a identidade coletiva. As tecnologias, assim, não são apenas ferramentas neutras a serem adotadas conforme a vontade, mas também moldam o que significa ser um participante em uma organização política. Os valores também moldam os repertórios de ação coletiva, que influenciam na adoção de formas organizacionais. A afinidade entre ideologia, tecnologia e organizações também está tornando as fronteiras entre formas de ação pública e privada menos definidas. Algumas organizações exibem diferentes formas de organizar e mobilizar, misturando esforços em ações estreitamente canalizadas com outras mais flexíveis, cruzando fronteiras nacionais enquanto organizam captação de recursos.

Chadwick (2007) convida a pensar em um repertório de ação digital em rede que se desenvolve primeiro em mobilizações de movimentos sociais como um elemento *online* nos anos 1990 e início dos anos 2000 e, agora, são adotados por grupos de *advocacy* e campanhas

eleitorais de partidos políticos. O autor propõe quatro caminhos para entender a emergência deste repertório como condutor de um processo de hibridização organizacional. Primeiro, a criação de formas atraentes e cada vez mais convergentes de ação cidadã *online*. O ambiente *online* provê oportunidades para que os cidadãos organizem seus engajamentos em campanhas através de participação física em comícios e eventos de arrecadação de fundos, mas também provê um grande número de ações políticas *online*: *e-mail*, *chat*, fóruns de discussão, *blogs*, mensagens instantâneas, gerenciamento de conteúdo, doações financeiras, sistemas de classificação e outras formas de *software* social.

Um segundo ponto remete ao fomento da confiança distribuída entre grupos de cidadãos ligados horizontalmente. A mobilização pela internet frequentemente toma uma forma transnacional distintiva: a colaboração entre diferentes redes de grupos e movimentos sociais precisa de uma estratégia que passa por alianças mais soltas de grupos são frequentemente capazes de usar a internet para se articular e simultaneamente mobilizar e focar seus esforços em diferentes níveis da política, mudando do nacional para o transnacional.

O terceiro caminho envolve a fusão dos discursos subculturais e políticos, enquanto que o quarto compreende a criação e desenvolvimento de redes *online*. Isto existe na forma de infraestruturas de comunicação soltas e integradas, bem como pela ausência de líderes que persiste ao longo do tempo. As redes são importantes porque tornam mais fácil do que para as velhas organizações responder a demandas ou um desejo percebido de mudança de foco para novas questões.

Van Laer *et al* (2009) mostra que os ativistas não só incorporaram a internet em seu repertório, mas também transformaram substancialmente suas definições sobre o que conta como ativismo, comunidade, identidade coletiva, espaço democrático e estratégia política. Encontraram, desta forma, maneiras simples para se reconectar com cidadãos comuns em um contraponto ao aparente afastamento do público das instituições políticas e processos formais, vide a própria constituição da *Avaaz*, que engaja pontualmente os indivíduos que decidem participar das campanhas definidas por profissionais e mobilizadas por *e-mail* em cima de questões bem recortadas e, aparentemente, sem lógica de continuidade, uma após a outra.

O ato de compartilhar conteúdos assume um nível de importância para o tipo de ação política coordenada pela *Avaaz*. Não é por acaso que a cada ação tomada por um membro no *site* desta organização aparecem possibilidades de compartilhamento em *sites* de redes sociais, em especial *Facebook* e *Twitter*, vistos como possibilidades de aumentar a base de membros, além de aumentar a participação nas estratégias de ação propostas.

A fim de pensar a emergência de um repertório de ação digital, Earl *et al* (2011) chamam atenção para duas características do ativismo com a internet: os custos reduzidos para criar, organizar e participar de protestos; e a baixa necessidade de que as pessoas envolvidas nos protestos estejam presentes, fisicamente, no mesmo espaço, para que possam agir e se organizar de forma coletiva. Os custos reduzidos tornam mais fácil e cômoda a participação, podendo conduzir a um ativismo rápido ao empregar variadas táticas com uso de ferramentas tecnológicas que ajudam a baixar o custo da participação. Os baixos custos de organização e mobilização permitem aos organizadores atuarem no jogo político com custos iniciais baixos e poucos recursos.

As autoras assinalam que a combinação de baixos custos dos novos organizadores, baixos níveis de socialização e interação com integrantes de movimentos sociais, e baixas pressões organizacionais configuram um comportamento diferente dos movimentos sociais. Eles se organizam sobre causas que poucos consideravam legítimas para protesto, bem como

contra um conjunto de alvos e sobre temas que não foram historicamente consideradas na tradição dos movimentos sociais.

O repertório de ação pode ser visto como um conjunto de táticas avaliadas para uso em um dado momento histórico, mas também como características que essas táticas compartilham fundamentalmente. Earl *et al* (2011) apontam que muitos estudam as novas táticas, mas poucos estudam as características destas táticas. Assim, se Tilly (1995) acentuou as diferenças entre os repertórios de ação tradicional e moderno, as autoras ressaltam as similaridades destes dois repertórios: identificam a participação na ação coletiva pela co-presença física num evento, e as táticas são vistas como um meio para alcançar um fim. Nos repertórios de ação tradicional e moderno, a coletividade da participação era definida e marcada por indivíduos no tempo e espaço. Agora, os ativistas podem participar de ações *online* na facilidade, comodidade e privacidade de suas casas ou qualquer lugar em que exista uma conexão. A importância de estar junto fisicamente para execução de uma tática varia entre táticas eletrônicas e mobilizações presenciais, ainda que algumas táticas eletrônicas possam requerer uma participação sincronizada no tempo. Além disso, a organização das ações não precisa ser coletiva, e quando é coletiva pode se beneficiar das ferramentas da internet, que permitem times de distribuição do trabalho para ser produtiva.

Com essas mudanças, as autoras destacam que os espaços em que a participação e organização ocorrem se alteraram: muitos dos organizadores de táticas eletrônicas nunca irão encontrar com os indivíduos que participaram das ações que eles organizaram. Se a falta de co-presença entre participantes teve consequências para a identidade coletiva, o mesmo ocorre com a crescente separação entre organizadores e participantes. No lugar da co-presença física, as autoras chamam atenção para uma ação coordenada entre participantes sob influência dos organizadores como novidade compartilhada das táticas do emergente repertório de ação digital. Uma importante ação coletiva coordenada é requerida dos participantes, mas não é coletivamente organizada.

Pelo lado dos participantes, antes da internet não havia oportunidade de ser um ativista em dez minutos, como nas oportunidades de participação oferecidas pela *Avaaz*, nem mesmo enquanto navega entre participar de uma petição eletrônica, checar o *Facebook* e continuar fazendo um trabalho no computador. As oportunidades envolviam gastar horas, encontrando um conjunto maior de indivíduos em um ponto de encontro marcado. Um corte dramático nos custos de participação mostra participantes preparados para, fácil e rapidamente, responder chamadas de ação por táticas digitais bem elaboradas, especialmente quando facilitadas por algum nível de automação. Estes participantes estão dispostos a considerar sua participação mesmo que não tenham desenvolvido um substancial senso de identidade coletiva com outros participantes potenciais e organizadores.

A *Avaaz* configura diferentes redes a cada estratégia de participação que deflagra com suas campanhas. Estas redes variam e correspondem a essas corridas de participação, considerando que nem todos os “membros” se engajam em todos os alertas de *e-mail* que chamam para a ação. Earl *et al* (2011) acreditam que as petições *online* podem persistir em coletar assinaturas e reunir elevados totais de assinaturas mesmo que uma larga proporção daqueles que foram chamados a assinar não assinem ou compartilhem informação sobre esta ação, como parece ser o caso nas campanhas da *Avaaz* apresentadas até aqui. Um aspecto que merece atenção é a possibilidade de saturação que pode ser gerada pela avalanche de petições que são encaminhadas aos membros, ou seja, pode se tornar tão rotineiro receber oportunidades de participação a ponto das pessoas deixarem de abrir os *e-mails*, como foi sinalizado em uma entrevista com um indivíduo que fazia parte da base de membros.

A criação de oportunidades pela *Avaaz* para engajamento em táticas eletrônicas contribui para o caráter efêmero, esporádico e episódico de um ativismo com internet. Existem poucas barreiras para que os profissionais desta organização criem protestos de acordo com suas expectativas. Se o protesto não é mais dependente dos movimentos sociais e ativistas de longa duração, existem custos extremamente baixos para criação de campanhas e existe pouca razão para ocorrer suspensão das ações, sendo por isso que as campanhas desta organização se sucedem com um novo tema a cada semana.

Assim, os baixos custos de começar e organizar ações de protesto *online*, bem como para participar delas, coloca novas questões para a organização de ações coletivas como pode ser visto naquelas coordenadas pela *Avaaz*. Earl *et al* (2011) entendem que se os participantes possuem baixos custos e precisam pouco da identificação com um movimento, existe pouca pressão para participar somente de grandes obstáculos de uma organização política tradicional. Isso não significa que o fim dos movimentos sociais, muito pelo contrário, mas a abertura de uma nova frente de protestos que não estava dada antes da internet, o que fica bem evidente com a emergência de lógica da ação conectada que convive com uma lógica de ação coletiva, que será abordada na seção seguinte, da mesma forma que o repertório de ação moderno parece conviver e se imbricar com o repertório digital.

O protesto *online* é “barato” e os indivíduos podem achar mais valor nele do que em um grande investimento em criar ações de protesto mesmo quando o protesto não está conectado, ou não pretende estar conectado a um grande movimento. Neste sentido, parece que a conexão entre disputas e causas sociais mais duráveis vai se tornar uma variável, não um traço comum compartilhado. Na linguagem dos repertórios, existia uma forte ligação entre formas de táticas e ações específicas de protesto e os movimentos sociais, tanto no repertório tradicional quanto no moderno, motivo este porque se estudam as táticas. No repertório de ação moderno, as táticas eram pensadas para serem modulares, ou seja, múltiplos movimentos poderiam se beneficiar de uma mesma forma tática (ex: petições), mas não havia expectativa de que indivíduos e organizações de fora dos movimentos sociais, bem como fora da política comumente entendida, pudessem usar táticas de protesto. O argumento das autoras é que a modularidade das táticas que começa com o repertório moderno se tornou tão extrema que as táticas e protestos no repertório de ação digital podem não ter qualquer relação com um movimento social, inaugurando um novo tipo de conflitualidade nas sociedades contemporâneas.

Por fim, a duração dos protestos e a continuidade das disputas podem variar de campanhas curtas e esforços episódicos até causas longas e duráveis, vide os exemplos de campanhas da *Avaaz* que apresentei neste trabalho, indo desde aquelas que permaneceram abertas por alguns meses e outras que atravessam mais de um ano, tal como o Ficha Limpa. Pensar num repertório de ação digital pode nos fazer repensar como entendemos as atividades dos movimentos sociais e expandir definições tradicionais de protestos, ajudando a entender questões sobre como, quando e onde as disputas tomam lugar. As tecnologias da internet oferecem oportunidades para que os indivíduos façam coisas novas como também façam coisas velhas de novas maneiras, e a mistura de usos permite uma heterogeneidade. Neste sentido, por fim, vale entender as lógicas de ação que estão em jogo na esfera pública interconectada.

4.5. Lógica da Ação Conectada e Lógica da Ação Coletiva

Bennett *et al* (2012) distinguem entre duas lógicas: de um lado, uma lógica da ação coletiva associada a altos níveis de utilização de recursos organizacionais e formação de

identidades coletivas; de outro, uma lógica da ação conectada baseada em conteúdos personalizados compartilhados através de redes digitais de comunicação. Os autores apresentam três tipos ideais de redes de ação em larga escala que se tornam proeminentes nas políticas de confronto nas sociedades contemporâneas, sendo dois ligados à ação conectada, os quais ganham destaque nesta seção, e um à ação coletiva. O Quadro 4 a seguir procura dar conta das principais características destes três tipos de redes de ação.

Quadro 4 – Lógicas de ação

Ação coletiva (redes intermediadas organizacionalmente)	Ação conectada (redes motivadas organizacionalmente)	Ação conectada (redes auto-organizadas)
Forte coordenação organizacional das ações	Frouxa coordenação organizacional da ação	Pouca ou nenhuma coordenação organizacional da ação
Tecnologias usadas pelas organizações para gerir participação e coordenar objetivos	Organizações assumem os custos com tecnologias para organizar ação	Acesso individualizado à múltiplas camadas de tecnologia em larga escala
Comunicação em quadros de ação coletiva	Comunicação em quadros de ação personalizados gerados organizacionalmente	Comunicação em quadros de ação personalizados que emergem de coletividades em rede
Gerenciamento organizacional de redes sociais, com maior ênfase em redes interpessoais como base para a ação coletiva	Alguma moderação organizacional de redes sociais	Expressões individuais compartilhadas em redes sociais
Organizações sobretudo como coalizões com as diferenças negociadas através de grandes recursos organizacionais	Organizações como pano de fundo em redes frouxamente ligadas	Coletividades que frequentemente recusam envolvimento com organizações formais existentes

Fonte: desenvolvido com base em Bennett *et al* (2012)

Para Bennett *et al* (2012), um tipo de ação conectada, com redes motivadas organizacionalmente, pode ser visto em 2008, quando protestos da *Put People First* - PPF contra o G-20 remetem ao que Charles Tilly destaca como WUNC, ou seja, (1) *merecimento*, tendo sido endossada por 160 organizações da sociedade civil, com reconhecimento de suas demandas por representantes oficiais; (2) *unidade*, refletida na ordem do evento; (3) *número de participantes*, que fizeram da PPF o maior de uma série de protestos contra o G-20; (4) *compromisso*, refletido na presença de delegações de cerca de 20 países que se juntaram aos cidadãos locais para passar a maior parte do dia ouvindo oradores no *Hyde Park*.

Outro tipo de ação conectada, com redes auto-organizadas, se verifica em protestos deflagrados com pouco envolvimento de organizações. Os *Indignados*, por exemplo, mobilizaram 60 cidades espanholas e uma das características foi de ter mantido fora destas ações partidos políticos, sindicatos e poderosas organizações políticas, com base em uma avaliação de que estas organizações se constituíam como parte do problema. Existiam organizações da sociedade civil apoiando o *15M*, mas elas se posicionavam como pano de fundo a fim de honrar a identidade personalizada das faces e vozes de milhões de indivíduos

ordinários deslocadas pelas crises financeiras e políticas. A organização mais visível era a *Democracia real YA!*, uma rede de comunicação interpessoal e digital que parecia, de um lado, ser uma página na internet, de outro, uma organização densamente povoada e efetiva. A mobilização do *15M* surpreendeu muitos observadores por sustentar e construir forças ao longo do tempo, usando uma mistura de mídias *online* e atividades *offline* que inclui contatos face a face, acampamentos nas cidades e marchas através do país.

Nesta seção, procuro aproximar as ações desenvolvidas a partir das tecnologias da internet, que mediam as campanhas da *Avaaz*, com o que Bennett *et al* (2012) chamam de lógica da ação conectada. Uma característica desta organização que justifica essa aproximação é seu caráter digitalmente motivado e o tipo de mobilização dos seus mais de 33 milhões de membros espalhados pelo mundo. De um lado, a *Avaaz* organiza a ação, coordenando o envio de *e-mails* que mobilizam membros a se engajarem em oportunidades de participação; de outro, os membros podem compartilhar *links* das campanhas nas quais se engajaram em *sites* de redes sociais, mobilizando seus contatos pessoais.

Os padrões organizacionais definidos pelos autores se aproximam da *Avaaz*, que pode ser vista como uma rede de ação digitalmente motivada. No caso da *PPF*, os protestos são coordenados nos bastidores por organizações de defesa de direitos que se diferenciam de organizações, associações e quadros de ação coletiva tradicional. Eles lançam mão de uma ampla rede de engajamento público usando meios digitais interativos que personalizam facilmente os temas de ação, frequentemente implantando tecnologias sociais para que os cidadãos espalhem sua palavra em *sites* de redes sociais. No caso dos *Indignados*, as tecnologias implicam em plataformas e aplicações, assumindo o papel de organizações políticas estabelecidas neste modo de rede em que as demandas políticas e queixas são frequentemente partilhadas em contas personalizadas em *sites* de redes sociais, listas de *e-mail* e plataformas de coordenação *online*.

Bennett *et al* (2012) assinalam que a emergência de uma ação digital em rede veio acompanhada de um ceticismo sobre o que é novo, misturado com concepções sobre o que isso significa para as capacidades políticas da dissidência organizada. Os autores procuram entender como essas variações mais personalizadas da ação coletiva funcionam: como estão organizados, o que as sustentam, quando são politicamente eficazes. Para tal, convém reconhecer as diferentes lógicas de ação que sustentam tipos distintos de redes de ação coletiva. Com isso, desenvolvem três tipos de ação ideais: uma caracterizada na lógica da ação coletiva, enquanto outros dois envolvem formações mais personalizadas de ação, que diferem em termos de como as organizações formais são mais ou menos centrais em motivar uma lógica de ação conectada.

Em formações de ação personalizadas, as questões levantadas podem se assemelhar a movimentos e partidos com preocupações relacionadas a tópicos como meio ambiente, direitos, equidade da mulher e comércio justo, mas as ideias e mecanismos de organização da ação se tornam mais personalizados do que em casos nos quais a ação é organizada com base na identidade, adesão ou ideologia do grupo. Estes processos multifacetados de individualização se articulam de forma diferente em diferentes sociedades, mas incluem uma propensão a desenvolver identificações políticas flexíveis baseadas em estilos de vida personalizados com implicações na ação coletiva e na participação organizacional. Os indivíduos continuam a se juntar em grande número, mas a referência identitária deriva de expressões pessoais mais inclusivas e diversas do que a de um grupo comum e identificação ideológica.

Bennett *et al* (2012) destacam dois elementos da comunicação personalizada que são particularmente importantes para as ações conectadas em larga escala. Primeiro, os conteúdos

políticos destas formas mais personalizadas envolvem estratégias de ação que exigem pouco em termos de persuasão, razão ou reenquadramento para superar as diferenças que os outros podem sentir sobre um problema comum. São quadros de ação personalizados que partem de diferentes motivações pessoais para contestar uma ação que precisa ser modificada. Segundo, várias tecnologias permitem compartilhar esses temas através de textos, *tweets*, em *sites* de redes sociais ou postagens de vídeos no *Youtube*. O próprio processo de comunicação envolve uma personalização adicional através da conexão digital entre amigos ou indivíduos de confiança. Algumas plataformas de comunicação podem se assemelhar em organizações que existem mais *online* do que *offline*, como acontece com a *Avaaz*, por exemplo, que estimula o compartilhamento das ações praticadas pelos membros que se engajam nas táticas propostas em *sites* de redes sociais.

Um bom exemplo é a campanha “Bangladesh: esperança vinda dos escombros”, lançada em maio de 2013, na qual a *Avaaz* uniu forças às organizações locais de direitos trabalhistas para pressionar a *GAP* e a *H&M*, dois gigantes da indústria internacional da moda, para que assinassem um acordo de proteção aos trabalhadores, servindo de modelo para o resto do mundo. Para isso, os membros da *Avaaz* encheram de mensagens as páginas das duas empresas no *Facebook*. A renúncia de publicação de um anúncio na mídia da Suécia desencadeou um debate público a ponto dos executivos da *H&M*, depois de conversarem com a *Avaaz*, assinassem o acordo trabalhista, incentivando outras 75 marcas a fazerem o mesmo. Ainda assim, a vitória pode ser vista como parcial, tendo em vista que a *GAP* e a *Walmart* ainda não o haviam assinado até o momento em que esta tese estava sendo finalizada.

De uma forma muito próxima da *Avaaz*, o caso do *PPF* se torna interessante no que diz respeito ao alcance das ações de protesto porque existiam muitas organizações convencionais envolvidas na mobilização, de igrejas a ONGs de justiça social. Os visitantes de sua sofisticada plataforma digital de coordenação não eram perguntados sobre demandas políticas específicas dos organizadores dos protestos. Esses visitantes se deparavam com uma impressionante variedade de tecnologias sociais, estimulando-os a comunicar em seus próprios termos com cada um e com vários alvos políticos. No centro da página inicial do *site*, uma figura de um megafone convida os visitantes a “enviar sua própria mensagem ao G-20”. Muitas das mensagens para o G-20 ecoaram deste quadro de ação personalizado, revelando uma série de pensamentos pessoais sobre a crise e possíveis soluções. Isso pode ser visto em campanhas da *Avaaz* cujo propósito é o envio de mensagens.

Como um quadro de ação, o *PPF* era fácil de moldar e compartilhar entre amigos próximos e distantes, sendo um exemplo do que estudiosos de comunicação viral chamam de *meme*, ou seja, um pacote simbólico que viaja facilmente através de populações grandes e diversificadas porque é fácil de imitar, adaptar pessoalmente e compartilhar amplamente com os outros. O *meme* dos protestos do *PPF* viajaram interpessoalmente, ecoando através de jornais, *blogs*, redes de amigos no *Facebook*, correntes do *Twitter*, páginas do *Flickr* e outros *sites* da internet, deixando traços por anos depois dos eventos.

Algo similar aconteceu com os *Indignados*, onde quem protestava cantava e levantava cartazes pedindo silêncio, pois os gregos estavam “dormindo” frente à esmagadora crise da dívida e as medidas de austeridade em curso naquele país. Esta ideia atravessou para a Grécia, onde as redes de amigos pelo *Facebook* concordaram em colocar os relógios para despertar e protestar, bem como a provocar os italianos e franceses. O fato de ser facilmente personalizável não garante, contudo, uma difusão bem-sucedida, tendo em vista que condições e oportunidades políticas para adoção social podem diferir de situação para situação.

Bennett *et al* (2012) assinalam que os quadros de ação personalizados não se espalham automaticamente. Os indivíduos mostram uns aos outros como podem apropriar, moldar e compartilhar temas. Neste processo interativo de personalização e compartilhamento, as redes de comunicação podem se tornar ampliadas e estabilizadas através das tecnologias digitais que os indivíduos usam para compartilhar ideias e relações com os outros. Estas tecnologias e seus padrões de uso frequentemente permanecem como mecanismos organizacionais. Em contraste com os quadros de ação personalizados, outros chamados de ação requerem mais claramente uma articulação entre grupos e ideologias. Estes quadros de ação coletiva estão propensos a parar nas bordas das comunidades e podem requerer recursos além das tecnologias da comunicação para preencher as lacunas ou alinhar diferentes quadros coletivos.

No caso da Avaaz, a lógica de ação conectada convive paralelamente e, muitas vezes em contato, com a lógica de ação coletiva, que pode ser vista, por exemplo, na entrega de uma petição. Ambas as lógicas se desenvolvem na esfera pública, onde as questões estão sendo construídas como problemas. As oportunidades de participação que são dadas pela mobilização por *e-mail* não exercem qualquer tipo de pressão para o engajamento dos membros mobilizados. Trata-se de um engajamento pontual, sendo que o membro pode compartilhar os *links* em *sites* de redes sociais, personalizando a mensagem inclusive, bem como pode criar uma petição no *site Petições da Comunidade*.

Isso pode ser visto na campanha “Lutando pela segurança dos intérpretes afgãos”, lançada em maio de 2013, um intérprete afgão criou uma campanha no *site Petições da Comunidade* para que o governo britânico oferecesse asilo a ele e seus colegas. Esta campanha foi apoiada por 80 mil cidadãos britânicos, sendo que a Avaaz trabalhou junto ao atual governo britânico para conseguir que a imprensa realizasse uma cobertura massiva do assunto. Neste caso, o governo ofereceu asilo para metade dos intérpretes, sendo que a luta continua para que o restante conquiste essa garantia de asilo.

Bennett *et al* (2012) procuram entender os quadros de ação mais personalizados e os quadros de ação coletiva. As diferenças entre estes dois tipos não passam por estar *online* ou *offline*. Todas as redes de ação de protestos são corporificadas e promulgadas por indivíduos em algum local. Muitas organizações políticas formais descobriram que a sofisticação e ubiquidade das mídias sociais podem reduzir custos de divulgação pública e coordenação, mas que seus usos não mudam as dinâmicas de ação ao alterar os princípios fundamentais de organização de coletividades.

A lógica da ação coletiva que tipifica a ordem social moderna de instituições e grupos hierárquicos sublinha o dilema organizacional que envolve a superação, por parte dos indivíduos, da resistência a ingressar em ações onde os custos de participação individual podem superar os ganhos marginais, especialmente quando os indivíduos podem pegar carona nos esforços dos outros e colher os benefícios em caso de vitória coletiva. Em suma, a ação coletiva convencional exige que os indivíduos façam mais escolhas difíceis e adotem identidades sociais em mudança do que as ações diretas em rede baseadas em quadros de ação personalizados organizados em torno das tecnologias e de organizadores de campanhas, como no caso da Avaaz, que já oferecem um quadro de ação pronto na maioria das campanhas. A propagação de identificações coletivas normalmente exige mais educação, pressão ou socialização, que requerem mais organização formal e recursos, tais como dinheiro para pagar o aluguel de escritórios da organização, gerar publicidade e contratar organizadores da equipe profissional. As mídias digitais podem ajudar a reduzir alguns custos nestes processos, mas não alteram a dinâmica da ação, ainda que, como no caso da Avaaz, exista um sentido de urgência, de momento que a ação deve ser empreendida.

Bennett *et al* (2012) entendem que os indivíduos estão se relacionando de forma diferente com a política organizada e muitas organizações estão percebendo que devem envolver os indivíduos de forma diferente, desenvolvendo relações com os indivíduos e oferecendo opções personalizadas de engajamento e expressão. Isto inclui capacidade de escolha sobre os conteúdos e introduz recursos micro-organizacionais em termos de *sites* de redes sociais, criação de conteúdo e habilidades de desenvolvimento tecnológico.

O modelo alternativo emergente de uma lógica de ação conectada aplica-se cada vez mais na vida das sociedades modernas em que as organizações estão perdendo o controle sobre os indivíduos e que grupos e laços estão sendo substituídos por redes de grande escala e fluídos sociais. Estas redes podem operar principalmente através dos processos organizacionais da internet e sua lógica não precisa de um forte controle organizacional ou da construção simbólica de um “nós”. A lógica de ação conectada implica em uma dinâmica própria.

Uma ação coletiva baseada exclusivamente em identificações coletivas e laços fortes continua a ter um papel no contexto político, mas se junta, se intercala e algumas vezes são suplantadas por formações mais personalizadas de ação coletiva em que as mídias digitais se tornam partes organizacionais integrantes. Algumas das redes de ação direta podem se tornar surpreendentemente ágeis, demonstrando flexibilidade intrigante através das várias condições, problemas e escalas. Os autores assinalam que explicar e entender a lógica de ação conectada requer mais que simplesmente ajustar o modelo clássico de ação coletiva, tendo em vista que se trata de uma lógica própria, com suas próprias dinâmicas. Um elemento chave da ação conectada é o “compartilhar”, que remete a uma personalização que leva ações e conteúdos a serem distribuídos através de redes sociais.

Esse compartilhamento é inerente às campanhas da *Avaaz* e pode ser visto, por exemplo, em “Uma solução para a Síria”, campanha iniciada em 11/09/2013, na qual a organização enviou dois alertas em um intervalo de três dias, reunindo mais de 1,1 milhão de assinaturas (algo em torno de 4,4% do total de membros naquela ocasião) em uma petição que compõe uma ação conectada organizacionalmente motivada. Os alvos eram os presidentes Barack Obama (EUA) e Hassan Rouhani (Síria), e o clamor era por uma solução diplomática para o conflito sírio, que vitimava civis e crianças, estabelecendo o cessar-fogo e alcançando a paz. Por outro lado, no que diz respeito à ação conectada baseada em redes auto-organizadas, os *links* foram compartilhados por membros que assinaram a petição e, provavelmente, engajaram novos membros. Foram 127 mil compartilhamentos (11,1% dos que se engajaram na petição) no *Facebook* e 16 mil (1,4% dos que se engajaram) no *Twitter*.

As tecnologias da comunicação motivam o crescimento e estabilização de estruturas em rede com arquiteturas variadas. A lógica de ação conectada foca na ação recombinante das redes em uma situação em que estas redes e a comunicação se tornam algo mais do que meras pré-condições e informação. Nestas redes, os autores observam que as tecnologias da comunicação contribuem com um princípio de organização diferente das noções de ação coletiva baseada em premissas fundamentais sobre o papel de recursos, redes e identidade coletiva.

Bennett *et al* (2012) sugerem que diferentes capacidades políticas das redes dependem, entre outras coisas, no caso da ação conectada organizacionalmente motivada, da rede possuir um núcleo estável de organizações que compartilham vínculos de comunicação, implantando mecanismos de envolvimento pessoal; e, no caso de uma ação conectada auto-organizada, das redes digitais serem densas e redundantes, com caminhos para a convergência de redes individuais, permitindo a transmissão viral de quadros de ação pessoalmente atraentes para ocorrer. Por fim, a ação conectada não explica todas as políticas de protesto nem substitui o

modelo de ação coletiva clássico, que permanece útil para análise dos movimentos sociais. Mas este modelo não lança luz sobre uma importante forma de ação que marca as políticas de protesto nas sociedades contemporâneas, tais como observado nas campanhas da *Avaaz*. Entre essas ações, as propostas pela *Avaaz* remetem à lógica da ação conectada já que mobilizam, de um lado, redes organizacionalmente motivadas, através dos alertas de *e-mail*, mas também redes auto-organizadas, na medida em que seus membros compartilham as ações em que se engajam em *sites* de redes sociais, podendo personalizar suas mensagens e engajar novos “membros”.

* * *

Neste capítulo, na discussão sobre esfera pública, ainda que sem deliberação e diálogo entre os membros, os *e-mails* enviados pela *Avaaz* configuraram um fluxo de informação inesperado, gerando poder comunicacional e atravessando a mídia corporativa. A partir desta organização, não há como afirmar que está em curso uma expansão da esfera pública, considerando que os assuntos abordados são questões públicas que já estão colocadas em contextos locais, mas geralmente são transpostas para diferentes escalas. Por outro lado, a organização cria possibilidades de discussão de uma série de temáticas nas esferas públicas nacionais, ainda que isso dependa mais dos seus membros do que dela em si, muito menos isso se configura como um objetivo da organização. Neste sentido, procurei investir na ideia de que uma esfera pública interconectada estaria emergindo no lugar daquela configurada pelos meios de comunicação de massa.

Ao discutir a ideia de repertórios de ação de Tilly (1995), as formas de mobilização, participação e engajamento proporcionadas por esta organização promovem uma inovação. No que diz respeito à emergência de um repertório de ação digital, a questão que mais chama atenção é a possibilidade de formas de ação mais individualizadas com o advento da internet, o que pode ser visto, no caso em tela, quando a *Avaaz* possibilita que qualquer um crie e desenvolva uma petição no *site Petições da Comunidade*, bem como compartilhe *links* das campanhas em *sites* de redes sociais.

Por fim, destaco a lógica de ação conectada que convive com a lógica da ação coletiva. Com um caráter digitalmente motivado e uma mobilização empreendida com a internet, a *Avaaz* parece se inserir muito mais em uma chave de ação conectada do que em uma ação coletiva, com a qual se relaciona, na medida em que mobiliza quadros de ação personalizados que partem de diferentes motivações pessoais para contestar uma ação que precisa ser modificada, se articulando com movimentos sociais e outras organizações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta tese mostro como certos atores sociais contemporâneos agem coletivamente com as tecnologias da internet, enfatizando os diferentes papéis nas mobilizações políticas e formas de ação coletiva que se configuram em uma esfera pública interconectada em uma sociedade global em rede. Ao desenvolver um estudo de caso sobre a *Avaaz*, considerando esta organização como um ator-rede, entendo que a ação coletiva com a internet não se concentra em atores e agentes que agem em contextos específicos, mas nos fluxos contínuos viabilizados por mediadores sociotécnicos, ou seja, conjuntos compostos por pessoas e objetos que se inter-relacionam e viabilizam formas específicas de mobilização, participação e engajamento.

A *Avaaz* pode ser vista como um fruto da reconfiguração do campo político pela internet, servindo como possibilidade empírica para uma análise das mudanças nos repertórios e lógicas de ação nas sociedades contemporâneas. As ações desta organização sinalizam a emergência de um repertório de ação digital e de uma ação conectada, compreendendo novas formas de ação em uma esfera pública que parece cada vez mais interconectada e renovada pelo advento da internet nas sociedades contemporâneas.

A internet aparece como mediadora de fluxos que perpassam os atores, considerando um processo de imbricamento sociotécnico em função de uma ubiquidade das tecnologias da internet em diferentes contextos e práticas da vida contemporânea. No campo da ação coletiva, destaquei três momentos a partir dos anos 1990: o zapatismo, o movimento por uma globalização alternativa e os diferentes protestos que ganharam a esfera pública no ano de 2011, tais como a Primavera Árabe, os *Indignados* espanhóis e o *Occupy Wall Street*. Nestas mobilizações políticas contemporâneas, vários autores mostram a importância da internet pelo seu papel na disseminação de informações; constituição de redes de solidariedade, comunicação e contra-informação; articulação e organização de ativistas; e retroalimentação das ocupações dos espaços públicos.

Os movimentos contemporâneos podem ser vistos como redes de guerra com características específicas: flexíveis, fluídas e autônomas, com uma organização policêntrica e ideologicamente integrada em conexões estruturais, coletivas e individuais; utilizam táticas de luta que incluem a *blitz* e o *swarming* sobre objetivos negociados e pré-determinados; e desafiam limites e separações entre Estado e sociedade, nacional e internacional, público e privado, legal e ilegal, com a tendência a confundir as instituições do Estado nacional responsáveis pela lei e ordem, como a polícia e a justiça.

Se em 1994 estas tecnologias foram saudadas como uma ferramenta a serviço dos movimentos que compunham a rede de guerra zapatista, algo que se pode manipular e usar, ela demonstrou ser mais que isso e, em 1999, com o movimento por uma globalização alternativa as tecnologias da internet já podem ser apreciadas como mediadoras sociotécnicas das ações empreendidas. Este papel mediador foi reforçado e ampliado nas redes de “indignação e esperança” dos movimentos que se constituíram em 2011. Além de cumprir um papel importante na comunicação, somente com a internet se tornou possível configurar uma rede de solidariedade global, que acabou por influenciar a formação do “movimento dos movimentos” por uma globalização alternativa. A internet facilitou a participação na política: a ação se tornou mais rápida e universal, enquanto as TICs baixaram os custos e obstáculos de organização da ação coletiva de forma significativa.

Os movimentos por uma globalização alternativa se articularam com a internet, em especial por meio de listas de *e-mail* e *sites*, que funcionam como recursos organizacionais e

mediadores sociotécnicos. As redes de comunicação digital mudaram o jogo político em favor de atores com poucos recursos que estavam experimentando estratégias políticas diferentes dos canais convencionais da política nacional, tais como as eleições e os grupos de interesses. As reuniões de Cúpula internacional, tais como OMC, FMI, G8 viraram alvos de um nascente ativismo transnacional com a internet.

Os diferentes movimentos que tomaram a esfera pública durante o ano de 2011 — tais como a Primavera Árabe, os *Indignados* espanhóis e o *Occupy Wall Street* — são locais e globais ao mesmo tempo e, em sua gênese, são espontâneos e geralmente desencadeados por uma faísca de indignação relacionada com um evento específico ou um descontentamento com a ação dos governantes. Segundo a lógica das redes da internet, também são virais, não somente pelo caráter de difusão das mensagens ou de mobilização das imagens, mas pelo efeito das manifestações, que passaram a brotar por todos os lugares. Estes movimentos são auto-reflexivos, raramente programáticos, exceto quando seu foco é uma questão clara e simples quanto derrubar regimes ditoriais. Também pretendem mudar os valores da sociedade, e eles podem ser movimentos de opinião pública, com consequências eleitorais. Por fim, são políticos em um sentido fundamental, em especial quando eles propõem e praticam a democracia deliberativa, direta, baseada em uma democracia em rede. A internet possibilita uma transição da individuação para a autonomia, que é operada pelas redes, sendo que a mais profunda transformação social da internet veio na primeira década do século XXI com a mudança de interações individuais e corporativas na internet, como o uso do *e-mail*, por exemplo, para uma construção autônoma de redes sociais, controladas e dirigidas por seus usuários.

No campo do ativismo global, a *Avaaz* baseia seu processo de mobilização no envio de *e-mails*, que comunicam campanhas aos seus mais de 33 milhões de membros ao redor do mundo, e em uma presença em *sites* de redes sociais, em especial *Facebook* e *Twitter*, graças às ações de uma parcela significativa de membros que compartilham *links* nesses *sites* de redes sociais a cada campanha. Esta organização é caracterizada como um ator-rede na medida em que as tecnologias da internet se constituem como mediadores sociotécnicos que compõem instrumentos de mobilização de pessoas cadastradas ao redor do mundo, em especial os alertas de *e-mail* e o *site* desta organização, oferecendo oportunidades de participação e engajamento.

A cada campanha fabricada pela *Avaaz*, as tecnologias da internet possibilitam o acréscimo contínuo de novas conexões e associações possíveis entre indivíduos, grupos e objetos materiais. Esta organização configura um tipo de ação coletiva coordenada que é específica das sociedades contemporâneas: suas campanhas abrem possibilidades de agenciamentos e engajamentos em processos de formação de coletivos políticos heterogêneos viabilizados pelas inter-relações entre tecnologias da internet e ações e práticas de atores sociais que se voltam para demandar questões junto a alvos nacionais ou transnacionais na esfera pública. As tecnologias da internet são objetos materiais que atuam como mediadores sociotécnicos, abrindo possibilidades para conexões e associações no processo incompleto e aberto de formação de coletivos políticos heterogêneos e nas agências que compõem as campanhas da *Avaaz*.

Ainda que se proponha a atuar como “voz da sociedade civil para a política global”, na maior parte de suas campanhas a *Avaaz* procura conferir visibilidade internacional para questões se voltam para alvos nacionais. Se uma determinada campanha tem um alvo que pode ser visto como nacional, esta organização procura construir uma visibilidade internacional para esta questão, a fim de pressionar representantes nacionais em diferentes esferas — Executivo, Legislativo e Judiciário — e escalas, criando situações de mudança.

Na fabricação das campanhas, o trabalho dos profissionais se articula em múltiplas equipes que constituem uma espécie de radar, procurando capturar e identificar novas oportunidades de campanhas. A *Avaaz* lança campanhas em contextos em que percebe a sua capacidade de “fazer a diferença”, procurando causar uma mudança no estado de coisas, ou evitar uma mudança para pior, interferindo na realidade mediante sua capacidade de mobilização rápida para que um grande número de pessoas assine petições, faça telefonemas, envie mensagens, faça doações ou crie uma petição em um curto espaço de tempo, que é o principal ativo da *Avaaz*.

A petição se configura como a principal oportunidade de participação adotada pela *Avaaz* nas campanhas, sendo que existe também a possibilidade do envio de mensagens e realização de telefonemas para alvos pré-determinados, dos pedidos de doações e da criação de petições no *site Petições da Comunidade*. Estas oportunidades de participação concretizam a *Avaaz* como um ator-rede.

Entre as características comuns aos alertas de *e-mail* identifiquei o senso de ação coletiva, um sentido de urgência e um tom emocional. Os membros devem realizar uma ação rápida nos curtos limites temporais de cada enquadramento de campanha, que representam uma ação coletiva em curso. Além disso, o tom emocional nas mensagens visa chamar a atenção dos membros para a importância de agir sobre o contexto que a *Avaaz* propõe na rapidez e instantaneidade do tempo de leitura de um *e-mail*.

As campanhas desta organização podem ser vistas como uma forma de contra-poder nas redes globais de comunicação que se configuram com a internet nas sociedades contemporâneas na medida em que procuram uma reconfiguração destas ao atuar em diferentes pontos de conexão com suas múltiplas questões. A mobilização dos membros se dá pelo envio de *e-mails* que abrem diferentes possibilidades de engajamento a depender das oportunidades de participação que variam ao longo de uma campanha e da série de campanhas que são fabricadas. Este trabalho de mediação e mobilização é complementado pelo *site* desta organização, que atua como uma central de cálculo das campanhas da *Avaaz*.

A etapa de mobilização pode envolver os mais de 33 milhões de “membros” cadastrados no *site* desta organização ao redor do mundo, caracterizando uma campanha global, ou partes deste público, no caso de campanhas nacionais e regionais. Este ator-rede oferece oportunidades de participação que se concretizam com os engajamentos de uma parte dos seus membros, que formam coletivos heterogêneos a cada oportunidade de participação presente em uma campanha. No caso das campanhas globais, a ideia é mobilizar toda a rede a cada nova campanha, para 16 línguas diferentes, implicando em um trabalho de tradução dos profissionais para os membros em suas diferentes línguas cadastradas nesta organização. Já nas campanhas nacionais, trata-se de mobilizar redes específicas que não precisariam desse trabalho de tradução amplo. Depois que os profissionais da *Avaaz* fabricam a campanha, o custo de mobilização dos membros é baixo. Além disso, com a internet, qualquer um com acesso à rede e com um *e-mail* pode se tornar um agente mobilizador, o que pode ser visto quando os membros da *Avaaz* compartilham suas ações postando *links* em *sites* de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*.

A participação nas campanhas da *Avaaz* só é possível a partir de mediadores sociotécnicos, como os alertas de *e-mail* que mobilizam seus membros e o *site*. Feita a mobilização, oportunidades para a participação são oferecidas aos membros. Trata-se de um repertório limitado, sendo que a mais reconhecida e utilizada é a petição. Existem outras possibilidades para a participação, tais como envio de mensagens e realização de telefonemas para alvos estabelecidos, bem como efetuar doações e criar uma petição.

Os custos para a participação em uma campanha da *Avaaz* são reduzidos se comparados com a participação em uma manifestação, por exemplo. Se para assinar petições, enviar mensagens ou mesmo criar uma petição, este custo é menor em termos de tempo, dependendo principalmente do tempo necessário para desempenhar a ação e de acesso pago a uma conexão, quando se trata de realizar telefonemas ou doações, torna-se necessário um desembolso financeiro maior. Estas oportunidades de participação não parecem disponíveis para qualquer pessoa, mas fundamentalmente para quem tenha acesso à internet, além da habilidade de navegar pela rede e tempo.

Os membros da *Avaaz* que entrevistei remetem a sua participação à assinatura de petições eletrônicas, bem como o compartilhamento de *links* das campanhas nas quais os membros se engajam em *sites* de redes sociais, sendo que o *Facebook* aparece como o principal deles, ainda que o *Twitter* seja citado. No que diz respeito à doação, são poucos os membros que contribuem financeiramente com a organização. Quanto à eficácia das campanhas: de um lado, os entrevistados apresentam dúvidas e dizem não concordar com todas as campanhas deflagradas pela organização; de outro, veem as campanhas como instrumentos efetivos para a mudança social.

No que diz respeito ao engajamento, as capacidades criadas pela inovação tecnológica tem alterado as estruturas e as formas dos esforços de ação coletiva em direção a um aprimoramento e valorização da agência individual. Grande parte dos membros da *Avaaz* que entrevistei sentia que fazia parte desta organização, com alguns deles fazendo referências ao sentimento de pertencer a uma rede ou ação coletiva. Por outro lado, uma parte menor, dos entrevistados não se sentia como um membro ou ficava em dúvida neste ponto.

Entre os que não se sentiam membros, há muita dúvida no que diz respeito à diferença entre ser ou não membro, tendo em vista que esta organização considera como membro qualquer pessoa que tenha participado de uma ação por ela promovida. Estes indivíduos geralmente se veem como “apoiadores” que fazem algo para o bem da coletividade e para um mundo melhor, ou mesmo “um cidadão que faz uso desta ferramenta”, chamando atenção para um “vínculo circunstancial”, ou seja, se identifica com a *Avaaz* na medida em que “suas campanhas refletem opiniões e defendem causas com as quais compartilho e acredito”.

Os que se sentiam como membros diziam se sentir parte de uma ação coletiva que constitui uma forma de “ativismo diferente”, representando um desejo por mudanças por parte da sociedade. Eles entendem fazer parte de uma rede que mobiliza indivíduos em um processo que consideram “positivo, importante e democrático”, se identificando com questões pontuais que atingem alguma amplitude por meio das petições. Assim, mesmo de dentro de casa, estas pessoas acreditam que podem “ajudar a construir um mundo melhor” e, assim, não se sentem tão impotentes diante das questões que assolam o planeta.

A *Avaaz* faz testes constantes com seus membros, gerando novas formas de ação e conexão por causa do baixo custo e facilidade com que pode segmentar seus membros, personalizar suas interações com eles e rapidamente mudar solicitações e respostas para enfrentar um ambiente político turbulento e volátil. Ao possibilitar escolhas às pessoas sobre quais questões seguir, a *Avaaz* explora a estrutura da tecnologia para transferir critérios e alguma autoridade para as mãos de seus membros, o que pode ser visto, por exemplo, com a criação do *site Petições da Comunidade* pela *Avaaz*, permitindo a qualquer pessoa criar sua própria petição, tornando-se um membro da *Avaaz* e mobilizando sua rede para esta organização, da mesma forma quando os membros compartilham *links* de campanhas em *sites* de redes sociais.

Esta mudança de direção, permitindo e empoderando indivíduos para agir mais facilmente de acordo com seus próprios interesses e estilos de participação, paradoxalmente

pode representar uma perda de direitos em certo sentido, na medida em que os indivíduos tem que tomar cada vez mais atitudes para manter sua privacidade, bem como o controle de suas informações pessoais.

As tecnologias ajudam as pessoas a desenvolver identidades coletivas e identificar queixas e preocupações comuns. O ambiente de mídia digital facilita transações no nível dos indivíduos, já que eles percebem sua habilidade em configurar suas próprias relações com outros indivíduos e com as organizações. A ação coletiva contemporânea requer ênfase no que as pessoas estão fazendo, como estão se relacionando umas com as outras e quais oportunidades são oferecidas a elas, e a partir daí analisar como as organizações e estruturas se ajustam aos seus comportamentos e ajudam a facilitar a ação coletiva.

Não existe apenas uma mobilização virtual nas campanhas da *Avaaz*. Esta é complementada por ações que se desenrolam na esfera pública, tais como *lobbies*, anúncios na mídia, contato com outras organizações e personalidades como músicos e atores, organização de protestos nas ruas, ajuda humanitária e a própria entrega física das petições. Mesmo em situações consideradas vitoriosas pela organização, a maior parte das mudanças foram parciais, sendo que a *Avaaz* parece ter obtido maiores êxitos em ações mais localizadas, com alvos em contextos nacionais, o que mostra o quanto esta organização pode ser eficaz quando pressiona “de fora para dentro” de algum país ou localidade. Em alguns casos, a organização parece não reconhecer movimentos que atuam nas mesmas causas que ela, ou ao menos não o faz na construção de suas narrativas vitoriosas.

As campanhas da *Avaaz* podem ser vistas como fluxos comunicativos canalizados para uma esfera pública, pois procuram formar opinião ou buscar apoio entre os cidadãos de um ou vários Estados para exercer pressão sobre um Estado ou organismo transnacional. Esta organização se constitui como um poder comunicacional, atravessando o poder da mídia quando se faz como mediador sociotécnico de notícias inesperadas para indivíduos espalhados pelo mundo que, sendo capaz de criticar e selecionar seus interesses, são mobilizados para atuar como parte de uma comunidade de campanhas politicamente legítima.

Ao mobilizar sua rede de membros, este ator-rede procura uma espécie de consenso, mesmo sem possibilitar o diálogo e a deliberação entre os membros, que podem concordar ou não com as campanhas que lhes são enviadas. Ao concordar, a pessoa passa a fazer parte de uma ação comum em uma rede que se estrutura como um público que irá influenciar uma determinada esfera de poder. Com suas campanhas globais, a *Avaaz* cria um tipo específico de discussão em diferentes esferas públicas nacionais, abrindo mão de uma articulação de atores sociais para difundir o tema de determinada campanha, bem como passa ao largo da necessidade de cobertura da mídia nacional. A pressão sobre governos nacionais se mostra como a principal ação desta organização transnacional, que procura dialogar com outros atores sociais nacionais na elaboração de suas campanhas, assim como fica atenta às informações veiculadas pela mídia nacional. Esta pressão cria oportunidades de discussão sobre temáticas específicas de diferentes esferas públicas nacionais e dá visibilidade internacional sobre alguns temas.

A ausência de um espaço de deliberação entre os membros e destes com a organização na definição das campanhas a serem deflagradas revela um limite claro para se enquadrar no modelo de esfera pública normativo. Se olhada por este prisma, a partir da *Avaaz* não posso falar em uma expansão da esfera pública, pois esta organização se insere em debates sobre problemas que já estão colocados publicamente, mobilizando sua rede para influenciar neles. Por outro lado, a operação da *Avaaz* se dá pela distribuição de *e-mails* em um *mailing* cadastrado, e as pessoas que recebem os *e-mails* não sabem de antemão que campanha vai ser distribuída, o que a princípio pode favorecer encontros com informações inesperadas. A

ausência de fórum de deliberação promovido e estimulado pela organização pode favorecer um tipo específico de engajamento, que pode ser visto como pontual, na medida em que não há qualquer tipo de comunicação e interação entre os “membros” para definir as campanhas a serem deflagradas, restando a possibilidade de clicar apoiando ou não as campanhas organizadas pelos profissionais ou criar uma petição no site *Petições da Comunidade*, que opera desde junho de 2012.

Como um ator-rede que está inserido nos debates que se desenrolam na esfera pública, esta organização procura um momento específico para agir sobre questões públicas que já estão amadurecidas. A *Avaaz* coloca seu capital político a serviço de determinadas questões nos momentos que são vistos por ela como cruciais, pressionando para que determinada situação de mudança ocorra ou seja evitada. Ainda que a organização não fomente um processo deliberativo com seus membros, estes acabam por se identificar e até mesmo compartilhar com suas redes de contatos pessoais em *sites* de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*.

Ainda que a internet e a *Avaaz* sejam uma possibilidade dentre muitas no campo político, bem como tenham trazido benefícios para o debate público, existem muitas dúvidas quanto à formação de uma nova esfera pública com o advento da internet. Na tese, destaco uma transição que parece estar em curso: de um modelo de esfera pública baseado nos meios de comunicação de massa para uma esfera pública interconectada em uma sociedade global em rede. O advento da internet e a configuração de uma economia informacional em rede permitem a emergência de uma esfera pública interconectada, onde mais e muitos indivíduos podem comunicar suas observações e pontos de vista para outros indivíduos sem serem controlados ou restritos pelos donos da mídia ou corrompidos pelo dinheiro, o que pode levar a crer em uma expansão da esfera pública, ponto que não foi possível explorar nesta pesquisa.

O ambiente de informação em rede abre novos domínios para uma vida produtiva, inclusive para ações que estão no domínio da organização política, como, por exemplo, as que são desenvolvidas pela *Avaaz*. Assinar uma petição eletrônica é a forma de participação mais recorrente para o engajamento dos membros que são mobilizados, em especial nas campanhas globais. No que diz respeito às campanhas nacionais, o repertório oferecido aos membros passa por possibilidades diferenciadas de participação, envolvendo também o envio de mensagens diretas e a realização de telefonemas para alvos pré-determinados. Outras formas de participação envolvem a criação de petições no site *Petições da Comunidade*, bem como a possibilidade de efetuar doações para campanhas específicas ou para sustentar financeiramente a organização.

As mudanças nas formas pelas quais as pessoas agem conjuntamente em prol de interesses comuns, podem ser entendidas pela noção de repertórios, que não designam performances individuais, mas formas de interação entre partes ou conjuntos maiores de atores. Os repertórios de ação são formas estabilizadas nas quais os atores em jogo fazem e recebem demandas considerando o interesse dos outros. É na interação entre o ator-rede de cada campanha, visto como um coletivo heterogêneo que entrelaça humanos e não humanos, e os alvos que se pode falar de um repertório a partir das campanhas da *Avaaz*. O que parece estar em jogo nessas campanhas são parte de inovações do repertório de ação moderno na medida em que a petição não foi criada por esta organização, mas ganhou em adesão, tempo e novas escalas com o advento da internet. Da mesma forma que enviar uma mensagem para um alvo se tornou mais fácil com a internet, do que por meio de cartas, por exemplo.

Apesar de remeter a uma inovação de formas existentes de protesto, o engajamento em diferentes oportunidades de participação nas campanhas mobilizadas pela *Avaaz*, tais como assinaturas de petições eletrônicas, envio de mensagens, realização de telefonemas, doações e,

em especial, a criação de petições, mostram novas possibilidades performáticas em um plano mais individualizado. Nestes sentido, vale ressaltar que um repertório de ação digital parece tomar forma com a internet, sendo importante destacar que este vai muito além das ações da *Avaaz* que conformam esta pesquisa.

Existem duas perspectivas acerca do repertório digital. De um lado, a visão de que está sendo construído um repertório digital mais geral a partir da tradução de formas de ação política; de outro, há quem enxergue um alcance maior e mais possibilidades de ação coletiva. Além disso, um processo de hibridização organizacional faz com que um repertório de ação digital se baseie na criação de formas atraentes e cada vez mais convergentes de ação cidadã *online*, no fomento da confiança entre grupos de cidadãos ligados horizontalmente, na fusão de discursos subculturais e políticos e na criação e desenvolvimento de redes *online*.

O ato de compartilhar conteúdos em *sites* de redes sociais assume um nível de importância para o tipo de ação política coordenada pela *Avaaz*. Não é por acaso que a cada ação tomada por um membro no *site* desta organização aparecem possibilidades de compartilhamento em *sites* de redes sociais, em especial *Facebook* e *Twitter*, vistos como possibilidades de aumentar a base de membros, além de aumentar a participação nas estratégias de ação propostas.

A fim de pensar a emergência de um repertório de ação digital, destaco duas características do ativismo com a internet: os custos reduzidos para criar, organizar e participar de protestos; e a baixa necessidade de estar fisicamente presentes para agir juntos e organizar. A combinação de baixos custos dos novos organizadores, baixos níveis de socialização com movimentos sociais e baixas pressões organizacionais configuram um comportamento diferente dos movimentos sociais, que estavam na base do repertório de ação moderno.

Com a internet, existem poucas barreiras para que novos organizadores, como a *Avaaz*, criem protestos de acordo com suas expectativas. Se o protesto não é mais dependente dos movimentos sociais e ativistas neles engajados, e existem custos extremamente baixos para criação de campanhas, existe pouca razão para ocorrer suspensão. Neste sentido, um repertório de ação digital parece emergir e conviver com o repertório de ação moderno. Assim, existem duas lógicas de ação: de um lado, uma lógica da ação coletiva associada a altos níveis de recursos organizacionais e formação de identidades coletivas; de outro, uma lógica da ação conectada baseada em conteúdos personalizados compartilhados através de redes digitais de comunicação.

As ações desenvolvidas a partir das tecnologias da internet, que mediam as campanhas da *Avaaz* se aproximam mais de uma lógica de ação conectada do que de uma ação coletiva, ainda que esta esteja presente, por exemplo, na entrega das petições. Uma característica desta organização é seu caráter digitalmente motivado e o tipo de mobilização dos seus mais de 33 milhões de membros espalhados pelo mundo, que pode fazer com que a *Avaaz* seja vista como uma rede de ação digitalmente motivada. De um lado, ela organiza a ação, coordenando o envio de *e-mails* que mobilizam membros a se engajarem em oportunidades de participação; de outro, os membros podem compartilhar *links* das campanhas nas quais se engajaram em *sites* de redes sociais, mobilizando seus contatos pessoais.

Assim, dois tipos de uma lógica de ação conectada convivem paralelamente, e muitas vezes em contato, com uma lógica da ação coletiva, e ambas se desenvolvem na esfera pública, onde as questões estão sendo construídas como problemas. As oportunidades de participação que são dadas pela mobilização por *e-mail* da *Avaaz* não exercem qualquer tipo de pressão para o engajamento dos membros mobilizados. Trata-se de um engajamento

pontual, sendo que o membro pode compartilhar os *links* em *sites* de redes sociais, inclusive personalizando a mensagem.

A lógica de ação conectada não explica todas as políticas de protesto nem substituem o modelo de ação coletiva clássico, que permanece útil para análise dos movimentos sociais. Mas este modelo não lança luz sobre um importante meio de ação que marca as políticas de protesto nas sociedades contemporâneas, tais como a Primavera Árabe, os *Indignados*, o *Occupy*, os protestos globais contra as mudanças climáticas e as campanhas da *Avaaz*. As ações propostas por esta organização remetem à lógica da ação conectada na medida em que mobiliza, de um lado, redes organizacionalmente motivadas, através dos alertas de *e-mail*, mas também redes auto-organizadas, na medida em que seus membros compartilham as ações em que se engajam em *sites* de redes sociais.

Por fim, destaco lacunas que podem servir de inspiração para pesquisas futuras no campo da ação coletiva com a internet. Primeiramente, no que diz respeito à *Avaaz*, esta pesquisa não aprofundou a análise sobre a percepção dos membros sobre o seu engajamento, o que pode ser feito em um momento futuro, procurando acessar o banco de dados da organização, o que depende de aprovação, buscando uma amostra representativa e fazendo uso de uma metodologia quantitativa de forma a ter um panorama geral. Outro ponto que merece aprofundamento é a relação da *Avaaz* com outras organizações em diferentes contextos de luta na esfera pública, ou seja, entender as interações que estão em jogo a cada campanha. Da mesma forma, a eficácia destas campanhas, merece um estudo a parte, a fim de saber quais os efeitos e impactos de cada uma no sentido de gerar a situação de mudança pretendida pela organização, o que é difícil pela própria natureza da *Avaaz* que torna público questões que já estão em curso na esfera pública. Ainda no que diz respeito à organização pesquisada, cabe tentar o acompanhamento das reuniões entre os profissionais desta organização, a fim de entender os critérios de seleção das campanhas, bem como as relações de hierarquia nesta organização. Uma outra lacuna diz respeito às dinâmicas de interações inerentes ao compartilhamento de *links* das campanhas da *Avaaz* em *sites* de redes sociais, considerando que pode haver tão somente um compartilhamento, mas também uma personalização da mensagem.

Num plano mais geral, a ação coletiva com a internet sugere uma plasticidade de configurações de modalidades de ação inerentes a cada movimento no seu contexto de ação. Entre as possibilidades futuras, cabe entender como a internet aparece associada a diferentes movimentos, indo além dos exemplos mobilizados neste trabalho, o que exigirá uma perspectiva comparativa que não foi levada a cabo aqui, tendo em vista que a opção foi aprofundar a análise sobre a *Avaaz*. Cabe compreender como a mobilização, a participação e o engajamento com a internet perfazem formas diferentes, sendo que entendê-las em um quadro geral constitui um desafio de pesquisa que vai além do estudo de caso empreendido. Não foi possível verificar se houve uma expansão da esfera pública a partir do estudo de caso empreendido, apesar de existirem pistas neste sentido, em especial com a emergência de uma esfera pública interconectada, que parece engajar mais indivíduos, o que necessita de um estudo específico para comprovar esta hipótese. Além disso, pesquisas futuras podem aprofundar a convivência entre repertórios, moderno e digital, bem como entre lógicas de ação, coletiva e conectada, em diferentes contextos. Por fim, no que diz respeito aos repertórios com a internet, vale pensar se eles são amplos, como pode ser visto no capítulo 1, sendo que a *Avaaz*, como objeto de estudo nesta tese, possibilitou entender uma apropriação específica dentre muitas possibilidades que a internet oferece. Não é possível analisar toda ação política com a internet a partir dessa organização, sendo que pesquisas futuras podem estabelecer comparações entre diferentes modalidades de ação com a internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABDEL-MONEIM, Sarah Grussing. O Ciborgue Zapatista: tecendo a poética virtual de resistência no Chiapas cibernético. *Revista Estudos Feministas*, 39, 2002.
- ALCÂNTARA, Ana Roberta Vieira de. *A internet e o Fórum Social Mundial*. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo, 2009.
- ALEXANDER, Jeffrey. Ação coletiva, cultura e sociedade civil: secularização, inversão, revisão e deslocamento do modelo clássico dos movimentos sociais. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.13, n.37, junho de 1998.
- ALONSO, Angela. Repertório, segundo Charles Tilly: história de um conceito. *Sociologia & Antropologia*. Vol 02.03: 21-41, 2012.
- ANDUIZA, Eva; CANTIOCH, Marta & GALLEGOS, Aina. Political participation and the internet. *Information, Communication & Society*, 12:6, 860-878, 2009.
- _____. Online political participation in Spain: the impact of traditional and internet resources. *Journal of Information Technology & Politics*, 7:4, 356-368, 2010.
- ANTOUN, Henrique. A Multidão e o Futuro da Democracia na Cibercultura. In: FRANÇA, Vera, WEBER, Maria Helena, PAIVA, Raquel e SOVIK, Liv. Livro do XI COMPÓS. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- _____. As Lutas da Multidão e o Futuro da Democracia na Cibercultura. *VII Colóquio Brasil França de Ciências da Comunicação e da Informação da INTERCOM*, 2004a.
- _____. O poder da comunicação e o jogo das parcerias na cibercultura. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos* VI(2):67-86, julho/dezembro 2004b.
- AVRITZER, Leonardo & COSTA, Sérgio. Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública: concepções e usos na América Latina. *Dados – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 47, n. 4, pp. 703 -728, 2004.
- BAUWENS, Michel. The Political Economy of Peer Production. *Post-autistic economics review*, 37: 33-44, 2006 (<http://www.paecon.net/PAEReview/issue37/Bauwens37.htm>, acesso em 21/07/2011, 9:17).
- BECK, Ülrich. *La sociedad Del risco global*. Madrid: Sieglo XXI de Espana Editores S.A., 2002.
- BENNETT, W. Lance. Communicating Global Activism. *Information, Communication & Society*, 6:2,143-168, 2003a.
- _____. New Media Power: The Internet and Global Activism. In: COULDREY, Nick & CURRAN, James. *Contesting Media Power*. Rowman and Littlefield, 2003b.

BENNETT, W. Lance; BREUNIG, Christian & GIVENS, Terri. Communication and political mobilization: digital media and the organization of anti-Iraq War demonstration in the U.S. *Political Communication*. 25:269-289, 2008.

BENNETT, W. Lance & SEGERBERG, Alexandra. The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15:5, 739-768, 2012.

BENKLER, Yochai. *The wealth of networks – How social production transforms markets and freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006.

BEST, Samuel J. & KRUEGER, Brian S. Analyzing the representativeness of internet political participation. *Political Behavior*, vol. 27, n.2, 2005.

BIMBER, Bruce; FLANAGIN, Andrew J. & STOHL, Cynthia. *Collective action in organizations: interaction and engagement in a era of technological change*. New York: Cambridge University Press, 2012.

BLEIKER, Roland. Activism after Seattle: Dilemmas of the Anti-globalisation Movement. *Pacifica Review: Peace, Security & Global Change*, 14:3, 191-207, 2002.

BREUER, Anita & FAROOQ, Bilal. Online Political Participation: Slacktivism or Efficiency Increased Activism? Evidence from the Brazilian Ficha Limpa Campaign. ISA Annual Convention, San Diego, 2012.

BRINGEL, Breno. Com, contra e para além de Charles Tilly: mudanças teóricas no estudo das ações coletivas e dos movimentos sociais. *Sociologia & Antropologia*, vol. 02.03: 43-67, 2012.

BRINGEL, Breno & MUÑOZ, Enara Echart. Dez anos de Seattle, o movimento antiglobalização e a ação coletiva transnacional. *Ciências Sociais Unisinos*, 46(1):28-36, janeiro/abril 2010.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

_____. *Communication power*. New York: Oxford University Press, 2009.

_____. *Networks of outrage and hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge/Malden: Polity Press, 2012.

CAVA, Bruno. *A multidão foi ao deserto: as manifestações no Brasil em 2013*. São Paulo: Annablume, 2013.

CAVALCANTI, Eduardo. Tudo que é sólido se desfaz no ciberespaço: a guerrilha digital dos zapatistas. *XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação*. Campo Grande /MS, 2001.

CEFAÏ, Daniel. Como nos mobilizamos? A contribuição de uma abordagem pragmatista para a sociologia da ação coletiva. *Dilemas*. Vol. 2, n. 4, 2009.

CHADWICK, Andrew. The internet, political mobilization and organizational hybridity: 'deanspace', *MoveOn.org* and the 2004 US Presidential Campaign. Political Studies Association of the United Kingdom Annual Conference, University of Leeds, April 5th-7th, 2005.

_____. Digital network repertoires and organizational hybridity. *Political Communication*, 24:3, 283-301, 2007.

CHRISTENSEN, Henrik Serup. Political activities on the internet: slacktivism or political participation by other means? *First Monday*, vol. 16, n. 2, 2011.

CORREIA, João Carlos. The meanings of public sphere: is there any democratic role for internet? In: CORREIA, João Carlos & MAIA, Rousiley C. *Public sphere reconsidered: Theories and Practices*. Portugal: Covilhã, Livros LabCom, 2011.

COSTA, Sérgio. *As cores de Ercília – esfera pública, democracia, configurações pós-nacionais*. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2003.

DAHLBERG, Lincoln. Computer-mediated communication and the public sphere: a critical analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 7 (1), 2001.

DAHLGREN, Peter. The internet, public spheres, and Political Communication: diespersión and deliberation. *Political Communication*, 22 (2): 147-162, 2005.

EARL, Jennifer & KIMPORT, Katrina. *Digitally enabled social change: activism in the internet age*. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press, 2011.

EISENBERG, José. Internet, democracia e república. *Dados – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 46 (3): 491-511, 2003.

ENGELKE, Cristiano Ruiz. *Fórum Social Mundial – Unidade na Diversidade*. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

FIGUEIREDO, Guilherme Gitahy. Vamos ao baile: gingas da comunicação e da participação no zapatismo. *Lua Nova*, São Paulo, 72:47-82, 2007.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel & AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRASER, Nancy. *Scales of justice: reimagining political space in a globalizing world*. New York: Columbia University Press, 2009.

FRENETTE, Micheline & VERMETTE, Marie-France. Young adult's involvement in the public sphere. In: CORREIA, João Carlos & MAIA, Rousiley C. *Public sphere reconsidered: Theories and Practices*. Portugal: Covilhã, Livros LabCom, 2011.

- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.
- GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteira – Estudos Midiáticos* vol II (3): 214-222, 2005.
- HABERMAS, Jurgen. Further reflections on the Public Sphere. In: CALHOUN, Craig. *Habermas and the Public Sphere*. Massachusetts Institute of Technology, 1994.
- HARA, Noriko & ESTRADA, Zilia. Analysing the mobilization of grassroots activities via the internet: a case study. *Journal of Information Science*. 31 (6): 503-514, 2005.
- HARLOW, Summer & HARP, Dustin. Collective action on the web. *Information, Communication & Society*, 15:2, 196-216, 2012.
- HELLMAN, Judith Adler. Real and virtual Chiapas: magic realism and the left. *Socialist Register*, 2000.
- ITTURRIAGA, Markus. *The War of Ink and Internet*. University of Tennessee Honors Thesis Projects. http://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/167, 1997.
- KARPF, David. Online political mobilization from the advocacy group's perspective: looking beyond clicktivism. *Policy & Internet*. Vol. 2:4, 2010.
- _____. *The MoveOn effect: the unexpected transformation of American political advocacy*. New York: Oxford University Press, 2012.
- KAVADA, Anastasia. Exploring the role of the internet in the 'movement for alternative globalization': The case of the Paris 2003 European Social Forum. *Paper to be presented in the 56th Political Studies Association Conference* in Reading, 3-6 April 2006.
- KECK, Margaret E. & SIKKINK, Kathryn. *Activists Networks in International Politics*. Ithaca and London: Cornell University Press, 1998.
- KELLNER, Douglas. *Globalization, Technopolitics and Revolution. The future of revolutions*. London: Zed Books, 2003.
- KHAN, Richard & KELLNER, Douglas. New media and internet activism: from the 'Battle of Seattle' to blogging. *New Media & Society*, Vol6(1):87–95, 2004.
- _____. Oppositional politics and the internet: a critic/reconstructive approach. *Cultural Politics*, volume 1, Issue 1, pp. 75-100, 2005.
- KRUEGER, Brian S. A comparision of conventional and internet political mobilization. *American Politics Research*, 34, n.6:759-776, 2006.

LATOUR, Bruno. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

_____. *Reassembling the Social - An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford, 2005.

LATOUR, Bruno & WEIBEL, Peter. *Making Things Public: Atmospheres of Democracy*, Karlsruhe: Center for Art and Media / Cambridge, Mass.: MIT, 2005.

LEETOY, Salvador. La guerra ideológica en el ciberespacio: La conformación de redes sociales en Internet como estrategia de propaganda en el conflicto Zapatista en Chiapas. *Reunión 2004 de la Asociación de Estudios Latinoamericanos (Latin American Studies Association, LASA)*, Las Vegas, Nevada Octubre 7-9, 2004.

LIMA, Júnia Marúsia Trigueiro de. *O “Caminhar das Palavras”: um estudo sobre formas de resistência no discurso zapatista, 1994-2005*. UnB: Dissertação de mestrado, 2009.

MACHADO, Jorge Alberto S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 9, n. 18, p. 248-285, 2007.

MARTINEZ-TORRES, Maria Elena. Civil Society, the Internet, and the Zapatistas. *Peace Review: A Journal of Social Justice*, 13:3, 347-355, 2001.

MARGETTS, Helen; JOHN, Peter; ESCHER, Tobias & REISSFELDER, Stephane. Social information and political participation on the internet: an experiment. *European Political Science Review*, volume 3, issue 3, 2011: 321-344.

MARTINHO, Cássio. Dinâmicas de propagação e swarming. In: MARTINHO, Cássio & FÉLIX, Cristiane. *Vida em rede: conexões, relacionamentos e caminhos para uma nova sociedade*. Barueri, SP: Instituto C&A, 2011.

McADAM, Doug; TARROW, Sidney & Tilly, Charles. *Dynamics of Contention*. New York: Cambridge University Press, 2001.

_____. Para mapear o confronto político. *Lua Nova*, São Paulo, 76: 11-48, 2009.

MILLER, Daniel & SLATER, Don. *The internet: an Ethnographic Approach*. New York: Oxford International Publishers, 2000.

MORELLO, Henry James. E-(re)volution: Zapatistas and emancipator internet. *A Contra Corrente*, Vol. 4 n. 2, 54-76, 2007.

ORTIZ, Pedro Henrique Falco. Das montanhas mexicanas ao ciberespaço. *Estudos Avançados*, 19 (55), 2005.

PEREIRA, Marcos Abílio. Internet e mobilização política – os movimentos sociais na era digital. *IV Encontro da Compolítica*. UERJ, Rio de Janeiro, 2011.

POLAT, Rabia Karakaya. The internet and Political Participation: exploring the explanatory links. *European Journal of Communication*, 20:435, 2005.

POSTMES, Tom & BRUNSTING, Suzane. Collective action in the age of the internet: mass communication and online mobilization. *Social Science Computer Review*. Vol. 20, n. 3: 290-301, 2002.

RABELO, Ana Maria Prestes. *A participação política em tempos de globalização: O Fórum Social Mundial inaugura o movimento social global*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Minas Gerais, 2006.

ROLFE, Brett. Building na eletronic repertoire of contention. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*. 4:1, 65-74, 2005.

ROUTLEDGE, Paul. Convergence space: process geographies of grassroots globalization networks. *Trans Inst Br Geogr NS* 28, 333-349, 2003.

SCHIECK, Mônica. Ciberativismo: um olhar sobre as petições online. 2008. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/schieck-monica-ciberativismo.pdf> (acesso em 10/03/2014, 17:32).

SCHULZ, Markus S. Collective action across borders: Opportunity Structures, network Capacities, and Communicative Praxis in the age of Advanced Globalization. *Sociological Perspectives*, Vol 41, n. 3, 587-616, 1998.

_____. Novas mídias, mobilização transnacional e as reestruturações das esferas públicas. *Civitas*, Vol. n. 2, 108-128, Porto Alegre, 2007a.

_____. The role of the internet in transnational mobilization – A case study of the Zapatista Movement, 1994-2005. *World Society Studies*, Vol 1, 2007b.

SEOANE, José & TADDEI, Emilio. From Seattle to Porto Alegre: The Anti-Neoliberal Globalization Movement. *Current Sociology* 50: 99, 2002.

SHIRLEY, Sheryl. Zapatista Organizing in cyberspace: winning hearts and minds. *Paper prepared for delivery at the 2001 Conference of the Latin American Studies Association*, Washington D.C., September 6-8, 2001.

SCHELEGEL, Rogerio. Internauta brasileiro: perfil diferenciado, opiniões indiferenciadas. *Revista Sociologia e Política*, v. 37, n. 34, p. 137-157, Curitiba, 2009.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Convergência digital, diversidade cultural e esfera pública. In: PRETTO, Nelson de Luca & SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. *Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias de poder*. Salvador: EDUFBA, 2008.

_____. Novas dimensões da política: protocolos e códigos na esfera pública interconectada. *Revista Sociologia e Política*, Curitiba, vol. 17, n. 34: 103-113, 2009.

SIQUEIRA, Carlos Eduardo; CASTRO, Hermano & ARAÚJO, Tânia Maria de. A globalização dos movimentos sociais: resposta social à Globalização Corporativa Neoliberal. *Ciência & Saúde Coletiva*, 8 (4): 847-858, 2003.

SNOW, David & BENFORD, Robert. Master frames and cycles of protest. In: MORRIS, Aldon D. & MUELLER, Carol McClurg (org). *Frontiers in Social Movement Theory*. New Haven and London: Yale University Press, 1992.

SODRÉ, Francis. A agenda global dos movimentos sociais. *Ciência & Saúde Coletiva*, 16(3):1781-1791, 2011.

TARROW, Sidney. *The new transnational activism*. New York: Cambridge University Press, 2005.

TEIXEIRA, Antonio Claudio Engelke Menezes. As paixões, os interesses e a internet. *Perspectivas*, São Paulo, v. 40: 201-221, 2011.

TILLY, Charles. Contentious repertoires in Great Britain, 1758-1834. In: TRAUGOTT, Mark (ed.). *Repertoires and Cycles of Collective Action*, Duke University Press, 1995.

_____. *Identities, boundaries, and social ties*. Colorado, EUA: Paradigm Publishers, 2005.

VAN AELST, Peter & WALGRAVE, Stefaan. New media, new movements? The role of the internet in shaping the 'anti-globalization' movement. *Information, Communication & Society*, 5:4, 465-493, 2002.

VAN LAER, Jeroen & VAN AELST, Peter. Cyber-protest and civil society: the internet and action repertoires in social movements. In: JEWKES, Yvonne & YAR, Majid. *Handbook of Internet Crime*. Willian Publishing, 2009.

WALL, Melissa A. Social movements and email: expressions of online identity in the globalization protests. *New Media Society* 9: 258-277, 2007.

WANG, Song-In. Political use of the internet, political attitudes and political participation. *Asian Journal of Communication*, 17:4, 381-395, 2007.

WELLMAN, Barry; HAASE, Anabel Quan; WITTE, James & HAMPTON, Keith. Does the internet increase, decrease or supplement social capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist*, vol. 45, n.3, 2001.