

ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL NA INTERNET: IMPLICAÇÕES NA PARTICIPAÇÃO EM CAMPANHAS AMBIENTAIS

Letícia Figueiredo Campos¹

RESUMO

Este trabalho verifica a atuação de organizações da sociedade civil (OSCs) em campanhas em prol do meio ambiente, problematizando as novas formas de interação com os internautas e de participação dos indivíduos. Para tanto, o tema escolhido foi o processo de divulgação das campanhas lançadas contra o Código Florestal pelo Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável, coletivo que congrega 185 organizações. Entrevistas feitas com membros do Comitê mostraram que este é considerado um dos maiores debates nacionais, que adquiriu repercussão popular, reunindo cerca de 2 milhões de assinaturas contra a alteração da legislação florestal brasileira. Ao contrário, os dados analisados na rede social digital, Facebook, indicaram resultados tímidos em termos de interação e participação popular. A partir do embasamento teórico e das informações coletadas foi possível revelar que o Facebook é um espaço de transmissão de informações, com potencial interativo e de participação pouco explorado tanto no âmbito das OSCs, quanto pela população.

Palavras-chaves: Código Florestal; Organizações da Sociedade Civil; Participação; Interação; Facebook.

1 Graduação em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas. Especialização em MBA em Gestão Estratégica de Marketing.

ABSTRACT

This work attempts to verify the performance of civil society organizations in campaigns for environmental causes, discussing new forms of interaction among Internet users and of individual participation. The subject chosen was the dissemination of campaigns launched by the Brazilian Committee in Defense of the Forests and Sustainable Development against the Forestry Code implemented in Brazil. Interviews with members of the Committee showed that this subject is considered one of the biggest issues in national debates, acquiring popular repercussion, gathering approximately 2 million signatures against the modification of the Brazilian forest legislation. On the contrary the data on the digital social network analyzed, Facebook, showed poor results in terms of interaction and participation by the general public. By means of the theoretical basis and the information gathered here, it is possible to say that Facebook is a space for dissemination of information whose potential for interaction and participation remain unexplored not only by civil society organizations but also by the population in general.

Keywords: Forestry Code Law; Civil Society Organizations; Participation; Interaction; Facebook.

Introdução

A presença da internet na vida do brasileiro tem feito com que agentes políticos e organizações da sociedade civil (OSCs) passem a atuar também neste espaço virtual. É cada vez mais comum ver candidatos a cargos eleitorais criarem seus próprios sites e perfis nas redes sociais digitais para fazer articulação política e governos utilizarem seus portais para tornarem públicas as informações sobre orçamentos, programas e projetos. Já as OSCs lançam campanhas de mobilização e petições *on-line* com muito mais frequência.

Os estudos sobre esta temática superaram a polarização entre uma visão ciberotimista ou ciberpessimista formada nos primórdios da rede mundial de computadores, no início dos anos 90, e apontam para os desafios das ferramentas digitais no que se refere aos propósitos democráticos tanto do Estado quanto da sociedade civil.

O presente trabalho foi baseado nas quatro campanhas lançadas pelo Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável², coletivo composto por 185 organizações da sociedade civil, durante o processo de reformulação do Código Florestal, que ocorreu no período entre o dia 07 de dezembro de 2011 e 05 de novembro de 2012. As campanhas receberam os seguintes motes - “Veta Dilma”, “Veta Tudo Dilma”, “O Jogo Não Acabou: Vamos Apitar Essa Partida” e “Não Vamos Votar em Quem Votou Contra as Florestas” -, e contaram com 92 postagens diretamente na página de Facebook do Comitê.

Para angariar apoio da população, o Comitê desenvolveu ações nas ruas e no ambiente *on-line* com destaque para o Facebook que recebeu o nome de #florestafazadiferença, e conta na data de 27 de março de 2014 com 59.252 curtidas.

Por meio do Facebook as OSCs tiveram a possibilidade de desenvolver uma nova forma de contato e comunicação com os cidadãos, diferente daquele operacionalizado pelos padrões tradicionais.

O objetivo principal da pesquisa foi analisar qual o uso que as OSCs fazem das ferramentas digitais no contexto de campanhas ambientais. Nesse caso, o

2 Coalizão formada por cerca de 200 organizações da sociedade civil brasileira contrárias ao PLC 30/2011 aprovado pela Câmara dos Deputados (<http://www.florestafazadiferenca.org.br/quem-somos/>).

estudo tratou, basicamente, de: a) compreender a influência das ferramentas digitais nas OSCs para efeitos de interação e participação da população; b) analisar como o Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável usou o Facebook para interagir com a população; e c) verificar se o Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável fomentou a participação dos indivíduos nos debates acerca do Código Florestal.

O trabalho também propôs responder em que medida o Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável explorou as possibilidades de interação oferecidas pelo Facebook, verificando se esta rede social digital se configurou como um espaço de participação do cidadão com potencial de ampliação do debate acerca do Código Florestal.

De forma geral, a convergência dos assuntos aqui tratados é, do ponto de vista teórico, relativamente recente e as informações disponíveis encontram-se pouco sistematizadas. A escassez de bibliografia sobre a temática ocorre, especialmente, no Brasil e menos no exterior. Desse modo, não havendo uma teoria consolidada, o estudo justifica-se por levantar informações a respeito das NTICs, contribuindo para a formação de um estudo empírico e uma análise de caráter exploratório para a questão.

I. Metodologia

A metodologia desenvolvida buscou observar o modo como o Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável utilizou o Facebook nas quatro campanhas lançadas contra a modificação do Código Florestal.

Para isso, todas as 92 postagens publicadas pelo Comitê no período de 11 meses, de 07 de dezembro de 2011 a 05 de novembro de 2012, foram contabilizadas. A coleta de dados foi realizada a partir do status de administradora da página.

Os conteúdos das postagens do Comitê foram classificados quanto ao objetivo, podendo ser de: I) divulgação, trazendo informações sobre as campanhas do Comitê contra o Código Florestal ou simplesmente citando o mote da campanha; II) mobilização *off-line*: *posts* que tratam de mobilizações e manifestações presenciais; III) mobilização *on-line*: *posts* que tratam de mobilizações e manifestações em alguma ferramenta *on-line*; e IV) informação de interesse/notícias:

traz informações, artigo, estudo ou matéria de mídia relacionadas a questões ambientais gerais, que tangenciam o interesse principal da iniciativa.

Outra técnica adotada foi a realização de entrevistas qualitativas, com representantes de entidades membros do Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável.

2. A internet e seus efeitos na interação e participação do indivíduo

As pesquisas para criação da internet iniciaram-se em 1960, pela Advanced Research Projects Agency (ARPA), nos Estados Unidos, mas foi apenas na década de 1990 que a internet surgiu efetivamente e passou a ser incorporada como uma ferramenta que traz inúmeras opções, utilizações e múltiplos objetivos.

No Brasil, o início da internet foi nas universidades e centros de pesquisa no final de 1994, e já no ano seguinte, em 1995, os provedores de acesso comerciais começaram a operar e ocorreu a transição das páginas estáticas, características da Web 1.0, para a chamada segunda geração da internet ou Web 2.0, fortemente marcada pela interatividade e sua integração com banco de dados, o que permite o aparecimento de recursos dinâmicos de oferta de conteúdos.

Em pouco mais de uma década, o fenômeno da internet deu um grande salto quando se desenvolveram as NTICs chamadas de redes sociais digitais, como Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Myspace e muitas outras mais, que têm ampliado o potencial de conexão entre as pessoas ao mesmo tempo, possibilitando emergir um novo paradigma social, descrito por alguns autores como sociedade da informação ou sociedade em rede alicerçada no poder da informação (CASTELLS, 2003).

O importante nesta sociedade não é a tecnologia em si, mas seu importante papel para a alavancagem de setores importantes como o econômico, o social e o tecnológico, e, o que mais interessa neste artigo, as possibilidades de interação e a consolidação de novas formas de participação dos cidadãos.

A evolução da internet estimulou que muitos teóricos analisassem seu papel para fins democráticos. Este debate polarizou a visão dos estudiosos, especialmente na década de 1990, entre “ciberpessimistas” e “ciberotimistas”, segundo a

avaliação sobre os impactos da internet na participação das pessoas em assuntos políticos (NORRIS, 2001).

Por um lado, alguns autores argumentam que a internet oferece acesso universal a uma gama imensa de informações, o que, potencialmente, contribui para a geração de cidadãos mais bem informados e conscientes para desempenhar um papel ativo na vida pública. Por outro lado, tem-se os críticos da internet, que afirmam que a Web leva a fragmentação do espaço público e, ainda, a uma amplificação das desigualdades socioeconômicas, se concentrando na mão de poucos (SAMPAIO, 2010).

Essa posição extremista foi superada e os estudos mais recentes adotam uma perspectiva mais intermediária, reconhecendo que a internet é um recurso que está à disposição da população e deve ser considerada e analisada nas suas possibilidades de interação, bem como no potencial para desenvolver novas formas de participação.

Em outras palavras, apesar de ser ferramenta, instrumento a serviço dos usuários, a internet – assim como outras tecnologias de comunicação – também precisa ser considerada nas análises do meio, especialmente pelas novas possibilidades que ela oferece. Mesmo que não possamos afirmar que a internet supra as diversas deficiências democráticas, não há como negar que ela potencializa ou, no mínimo, facilita as ações da esfera civil em diversas atividades importantes para as democracias modernas, como exercer pressões sobre o sistema político, coordenar ações entre movimentos sociais, realizar mobilizações (presenciais ou mesmo *on-line*), trocar material político relevante, criar bancos de dados. (SAMPAIO, 2010, p. 46)

Se nos primórdios da internet o uso das pessoas se limitava a enviar e-mails como a forma mais rápida e barata de correspondência, hoje ela abriu canais de *feedback* com o usuário e é usada como plataforma de relacionamento, compartilhamento de dados, persuasão e mobilização (GOMES *et al*, 2009, p. 32).

Por meio do uso da internet “novas formas de se comunicar, outras relações e outras maneiras de se relacionar foram estabelecidas entre o indivíduo consigo e com seus pares” (THOMPSON, 1998, p. 13). Não se tem apenas um emissor ou receptor, todos são participantes e membros ativos no processo.

Stromer-Galley (2000) define interação como a forma de comunicação que envolve troca de informações, em que os participantes usam um canal (a internet no caso) para enviar e receber informações. A característica principal para a interação é o *feedback*.

Primo (2005) faz uma reflexão sobre as diferentes formas de interação em redes sociais digitais. Ele defende que o estudo da Web 2.0 não deve levar em consideração apenas os aspectos tecnológicos e de conteúdo, mas também as interações e seu aspecto relacional.

A interatividade pode ser de diversas formas a depender do dispositivo que se utilize. Quando ocorrida por meio da internet “a aproximação ao possibilitar troca de mensagens produz um efeito de sentimento de pertença, configurando elementos de participação”, defende Aggio (2011, p. 180).

Maia (2007) profere que a internet permite que as pessoas interajam, configurando-se como um importante “lugar” ou “arena conversacional”. Para a autora, embora a rede possa abrir possibilidades para uma comunicação mais horizontal, ela não acredita que a internet esteja fomentando um debate deliberativo e que na verdade está preparando os cidadãos para debates mais exigentes.

Partindo para o debate sobre “participação”, percebe-se que na literatura, o termo está atrelado às práticas políticas e aos direitos democráticos. Como destacam Ribeiro & Borba (2011, p. 11) participação é um “insumo do processo político”. Nesse contexto, muitos teóricos têm dedicado atenção ao tema em questão e os esforços vão desde a definição conceitual de participação até as condicionantes do engajamento e as diversas tipologias de participação.

Um Estudo mais recente utilizou dados do projeto Citizenship, Involvement, Democracy (CID)³, onde os autores Teorell, Torcal e Montero (2007) abordaram um vasto campo de modalidades de participação e ações políticas, divididas em atividades relacionadas ao “voto, partidos, atividades de protesto e o uso político da internet” (*apud* Ribeiro e Borba, 2011, p. 21).

3 Projeto Citizenship, Involvement, Democracy (CID), cujas pesquisas desenvolvem-se nos Estados Unidos (<http://www8.georgetown.edu/centers/cdacs/cid/>) e na Europa, por meio da articulação entre pesquisadores de várias universidades. Para maiores informações ver <http://www.mzes.uni-mannheim.de/projekte/cid/>.

O advento da internet trouxe consigo enormes expectativas no que se refere à renovação das possibilidades de participação democrática. Borges (2011, p. 120) defende que “as possibilidades da internet para a participação não se tratam, em geral, de outra participação, mas de complementação de muitas atividades já existentes que ganharam impulso pelo seu emprego”.

Os teóricos mais entusiasmados acreditam no potencial da internet para uma discussão pública mais aberta e ampla, mas há também os céticos para os quais os ambientes de comunicação *on-line* não atendem aos padrões de debate público com vistas a uma democracia forte.

Atualmente os pesquisadores não veem essa onda de utilização da internet sob um olhar pessimista ou otimista no tocante à participação política. O que eles analisam não são apenas as ferramentas para a discussão pública *on-line*, mas a capacidade de “conectar indivíduos em redes que tornarão possíveis verdadeiras discussões e debates participativos em grandes distâncias” (BARBER *apud* SAMPAIO, 2010, p. 34).

Pensando a internet como uma rede de discussões e circulação de informações e ideias, Rousiley Maia (2008) discute a possibilidade de configuração de espaços da internet como esfera pública capaz de promover debates e deliberações acerca de questões políticas de interesse coletivo.

A autora faz algumas reflexões a partir dos estudos de Habermas e apesar de não tratar de esfera pública na internet, apresenta três tipologias distintas: I) episódica, que compreende encontros não formais em ambientes diversos; II) de presença organizada, que são os encontros e reuniões que ocorrem com um maior grau de organização; e III) abstrata, produzindo leitores, ouvintes ou espectadores singulares e espalhados globalmente (HABERMAS *apud* MAIA, 2008, p. 56).

As ferramentas da internet, como o Facebook, fariam parte da esfera pública, auxiliando como complementos à participação política, reconhecendo-se que a internet se coloca como um novo ambiente de relações sociais e políticas, com potencial de ampliar a esfera pública por permitir que:

- (i) qualquer sujeito possa tornar-se emissor; (ii) qualquer receptor possa tornar-se emissor e vice-versa; (iii) qualquer receptor possa transformar-se em provedor de informação, produzindo informação e distribuindo-a por rede, ou simplesmente repassando informações produzidas por outro. (Maia *apud* Gomes, 2001, p.2)

Diante deste pensamento, as organizações da sociedade civil, ao utilizarem a comunicação mediada pelo computador, adquirem novas oportunidades para compartilhar suas ideias a um público ampliado, promover alternativas de ações para o enfrentamento de suas causas e aglutinar pessoas para participar de debates e campanhas com vistas à solução do problema.

3. Atuação das OSCs no Código Florestal

O Código Florestal foi um dos grandes debates ambientais dos últimos anos, envolvendo dois atores principais para discutir a proteção das florestas brasileiras. De um lado via-se o agronegócio, que aproveitando o momento de instabilidade econômica que o país vivia nos anos 90, o lançamento do plano real e a abertura para o mercado internacional, passou a pressionar o presidente da época, Fernando Henrique Cardoso, para investir no campo produtivo brasileiro, levando o Brasil a um novo modelo econômico baseado em *commodities*. Esse setor, assim, identificou no instrumento jurídico do Código Florestal obstáculos para o seu desenvolvimento e passou a concentrar esforços para o rompimento desse marco legal.

Por outro lado, havia os representantes do campo e o movimento ambientalista, que começou em 2010 uma articulação contra as mudanças no Código Florestal. Essa mobilização ficou ainda mais forte após votação do PL (30/2011) de autoria do deputado Aldo Rebelo na Câmara dos Deputados, quando entidades que atuam em torno da questão ambiental e social se juntaram e formaram o Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável.

O processo de alteração do Código Florestal começou em 2009, com a instalação de uma comissão especial na Câmara dos Deputados, mas somente em 25 de maio de 2012 que a Lei nº 12.651 foi sancionada pela presidenta Dilma Rousseff (PT).

Durante esse período, o projeto passou diversas vezes por modificações, votações em comissões da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, bem como análises e votações nos plenários de ambas casas legislativas. Nesse momento, que as 185 organizações da sociedade civil criaram uma coalizão contrária ao texto proposto para reforma do Código Florestal e lançaram quatro campanhas durante o processo de reformulação do Código Florestal. Todas elas foram ao ar

no site www.florestafazadiferenca.org.br.

A primeira chamada por “Veta Dilma”, aconteceu no Facebook (*fan page*) do Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável, no dia 07 de dezembro de 2011. A iniciativa teve repercussão no ambiente *on-line* e no *off-line* e durou quatro meses, se encerrando no dia 27 de abril de 2012. Em seguida, o coletivo de OSCs passou a pedir que a presidenta Dilma Rousseff recusasse a sanção do novo Código Florestal, que foi aprovado na Câmara dos Deputados no dia 25 de abril do mesmo ano. Assim, o lema da campanha passou a ser “Veta Tudo Dilma” e esta durou na rede social digital, até 01 de junho de 2012.

A campanha nacional “Veta Dilma” e/ou “Veta Tudo Dilma” em pouco tempo viralizou e incidiu na opinião pública e personalidades que manifestaram apoio ao veto publicamente. A atriz Camila Pitanga, por exemplo, quebrou o protocolo em uma solenidade com a presença da presidenta Dilma Rousseff e disse, usando o microfone, “Veta, Dilma!”. A apresentadora Hebe Camargo também pediu o veto em um de seus programas. O desenhista Maurício de Souza circulou pela internet um quadrinho com personagens da Turma da Mônica fazendo o mesmo pedido. E tantos outros artistas, como Wagner Moura, Victor Fasano, Marcos Palmeira, que foram fotografados segurando cartazes da ação.

Segundo membros do Comitê, o movimento contrário ao texto que tramitava no Congresso Nacional ganhou corpo nas redes sociais digitais, e, principalmente, no Facebook.

Ao todo, mais de 2 milhões de assinaturas contra o PL foram colhidas⁴. Além disso, foram promovidas, em parceria com o movimento Fora do Eixo, vigílias com transmissão ao vivo no site do Comitê, com participação de jornalistas, organizações da sociedade civil, políticos, pesquisadores e cientistas. A ofensiva marcou, também, presença nas ruas do Brasil e ocupou os corredores do Congresso, onde os manifestantes ecoavam a frase “Veta Dilma” e/ou “Veta Tudo Dilma”.

Contrariando a vontade do movimento ambientalista, a presidenta Dilma Rousseff decidiu não vetar o texto em sua íntegra. Com isso, foi criada uma Comissão Especial com o dever de analisar a Medida Provisória do Código Flo-

4 *Link* da petição on-line divulgada no site da Avaaz: http://www.avaaz.org/po/brasil_veta_dilma/?sbc-sthash.d0VbFKsd.dpuf

restal, elaborada para preencher as lacunas deixadas no texto.

As organizações ambientalistas, que temiam um retrocesso ainda maior no Projeto de Lei, lançaram a segunda fase da campanha. Esta etapa recebeu o nome “O Jogo Não Acabou: Vamos Apitar essa Partida” e tinha o intuito de comunicar que a bola, à época, voltara ao Congresso Nacional e que depois do veto parcial da presidenta Dilma Rousseff e do encaminhamento da Medida Provisória ao Congresso, a campanha entrava no segundo tempo para pressionar os políticos por um Código Florestal que garantisse o bem estar de todos.

Nas eleições municipais de 2012, muitos parlamentares que votaram para a favor da modificação do Código Florestal eram candidatos a Prefeituras. O Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável fez um mapeamento para que a população conhecesse o posicionamento de cada um e, durante o período eleitoral alertou a população para que conhecesse o *status* dos candidatos a prefeito em todo o Brasil, de acordo com suas votações nas alterações do Código Florestal.

Ao todo, 75% dos candidatos que disputavam o cargo de prefeito e eram favoráveis ao novo Código Florestal que flexibilizou a proteção ambiental não foram eleitos. Entre os candidatos que votaram apenas uma vez pelas mudanças sugeridas ao novo Código Florestal, a maioria – 62% – também perdeu o pleito municipal.

Chegado ao final de mais uma etapa desse longo processo de alteração do Código Florestal, os atores envolvidos no debate firmaram compromisso de lidar com a regulamentação da lei e sua implementação para reduzir as consequências negativas ao meio ambiente. Com isso, ao completar um ano de vigência da Lei 12.651/2012, que revogou o antigo Código Florestal foi lançado o Observatório do Código Florestal, com a função de monitorar, em todo o país, a implementação da lei bem como disponibilizar as informações e documentos para a sociedade.

4. Avaliação do Facebook do Comitê

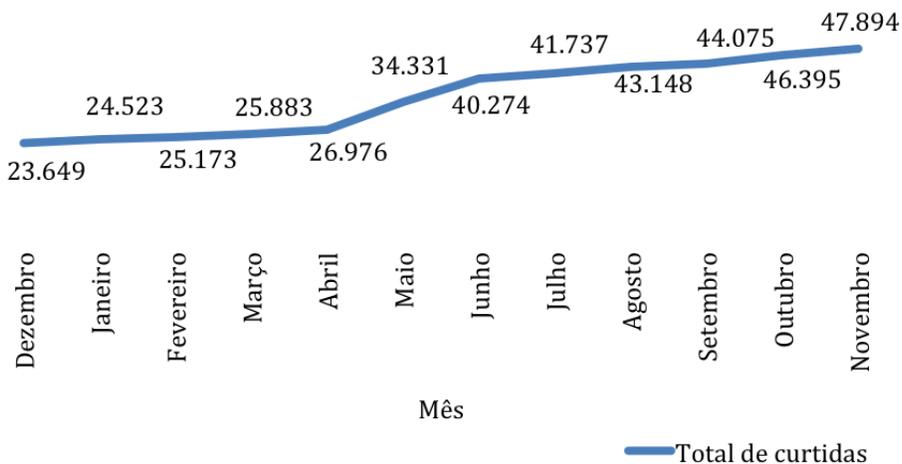
Durante o processo de modificação do Código Florestal, o Comitê fez uso do Facebook para divulgar suas ações e informar a sociedade das adversidades do PL no que diz respeito à preservação do meio ambiente, à qualidade do ar e da

água e à justiça social. Apesar das entrevistas realizadas com membros do Comitê sugerir que não foi feito um planejamento estratégico prévio para a atuação no Facebook, eles consideram que os resultados em termos de mobilização e adesão das campanhas foram um sucesso.

Para este artigo, foi examinada a *fan page* do Comitê Brasil em Defesa das Florestas e do Desenvolvimento Sustentável, criado em 03 de agosto de 2011 e que contava, no dia 16 de novembro de 2014, com 59.360 curtidas.

No período de um ano de divulgações das campanhas, 47.894 mil pessoas curtiram a *fan page*, mas ao analisar o gráfico 1 é possível perceber um aumento continuado no número de curtidas. Outro aspecto que chama atenção é a acentuada elevação na quantidade de fãs que em abril de 2012, marcava 26.976 e após dois meses, em junho de 2012 este número aumentou para 41.737.

Gráfico 1: Curtidas na Fanpage do Comitê (de 07 de dezembro de 2011 a 05 de novembro de 2012)



Fonte: Elaboração própria, com base em dados retirados do Facebook do Comitê, www.facebook.com/florestafazadiferenca, acessado pela última vez em 16 de novembro de 2014

O que caracteriza esse expressivo acréscimo de curtidas na página é a atividade de postagens, que em maio alcançou maior número de posts com 26 (ocasião da campanha “Veta Tudo Dilma”), em segundo lugar em quantidade de posts

está o mês de abril com 24 (ocasião da campanha “Veta Dilma”) e em terceiro o mês de junho com 13 (ocasião da campanha “Veta Tudo Dilma”).

Estes são os meses que antecederam a votação do PL na Câmara dos Deputados (abril e maio) e em junho ocorreu a Conferência de Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, no Rio de Janeiro. Assim, pode-se dizer que nesta ocasião o Código Florestal e a questão ambiental eram assuntos também de destaque da mídia tradicional, corroborando a colocação de Borges (2011) de que o uso da internet cuida de complementar as outras ações existentes, não gerando com isso uma nova forma de participação, mas reconhecendo-se como um novo ambiente que contribui para relações sociais e políticas.

Os dados apresentados no quadro 1 mostra que os dez estados/cidades com maior número de adeptos ao Facebook são justamente onde o Comitê está articulado para a realização de ações na rua. Este resultado pode confirmar a declaração de Pipa Norris (2001) de que a articulação *off-line* é essencial para se ter a participação popular nas atividades *on-line*.

Quadro 1: Localidade das pessoas que curtiram o Facebook do Comitê

PAÍS	SEUS FÃS	CIDADE	SEUS FÃS
Brasil	56.074	São Paulo	9.042
Estados Unidos	547	Rio de Janeiro	4.263
Portugal	453	Brasília	1.693
Itália	181	Belo Horizonte	1.576
Argentina	160	Curitiba	1.368
Espanha	159	Salvador	1.269
Reino Unido	145	Fortaleza	1.190
Alemanha	144	Porto Alegre	1.091
França	143	Recife	58

Fonte: Elaboração própria, com base em dados retirados do Facebook do Comitê, www.facebook.com/florestafazadiferenca, acessado pela última vez em 16 de novembro de 2014

Esta análise evidencia também a característica da internet como excludente digital e social apontada por alguns estudiosos (Stabile, 2012 e Norris, 2001). Este dado leva a crer que as NTICs apesar de muito importantes para a amplia-

ção da causa ambiental, ainda são instrumentos que atendem apenas um segmento da sociedade - jovens, classe média, escolarizados e de zonas urbanas -, já que o acesso em áreas rurais ou municípios menores ainda é limitado. Há de se ressaltar, a partir deste resultado, que as campanhas podem não ter atingido a população geral.

A correlação entre a presença de imagens e as formas de interação do Facebook mostra que os posts que contêm imagens são os mais curtidos, comentados e compartilhados. Apenas 18 posts não contaram com recurso de mídia: imagem, vídeo ou *link*. Considerando o objetivo de mobilizar os brasileiros a manifestarem sua discordância da lei do Código Florestal, ou seja, estimular a participação política dos indivíduos no debate, pode-se inferir que o uso de imagens das campanhas nos posts proporcionou um ambiente mais atrativo com vistas à participação e interação.

Os 92 posts totais das campanhas tiveram um total de 32.846 curtidas, 2.738 comentários e 76.633 compartilhamentos. Estes são os três principais instrumentos interativos que possibilitam o relacionamento entre indivíduos e indivíduo e Comitê na rede social digital.

No geral, foi possível constatar que o número de compartilhamentos foi maior (71.024) e o número de curtidas foi o segundo maior (32.187). O número de comentários é o menor (2.679), o que representa aproximadamente 8,34% da quantidade dos que curtiram e 3,57% do número de compartilhamento. Esses dados demonstram que os fãs da *fan page* se dispõem pouco a comentar as postagens e discutir o tema, ao invés disso há um aumento da visibilidade das publicações e não um debate qualificado sobre a modificação do Código Florestal.

Os poucos comentários feitos indicam uma baixa participação ou pouco debate político, pois como diz Maia (2000) a internet é uma “arena conversacional, em que a participação ocorre quando há a prática de argumentação”.

No geral, os internautas não fizeram comentários em resposta sobre aquilo que o Comitê divulgou. Os comentários mais frequentes somente repetiram ou apoiaram o que foi publicado, sem uma argumentação de teor político, o que indica poucos ganhos democráticos. Como defende Aggio (2011) esta situação trata-se de uma cultura política e valores de uma sociedade pouco participativa em discussões políticas.

A publicação com maior alcance de pessoas (102.072) e com mais alto nível de envolvimento, ou seja, cliques na publicação (32.623), curtidas, comentários e compartilhamentos (23.980) é de um artigo produzido pela jornalista Miriam Leitão para o jornal O Globo, comentando as declarações do então ministro dos esportes Aldo Rebelo sobre o episódio de a ex-ministra do Meio Ambiente, Marina Silva, ter carregado a bandeira das Olimpíadas na cerimônia de abertura dos jogos olímpico de Londres. Matéria esta, que não cita o Código Florestal, mas que envolve dois atores políticos chaves no processo.

Os posts foram classificados como sendo de: I) divulgação, trazendo informações sobre as campanhas do Comitê contra o Código Florestal ou simplesmente citando o mote da campanha; II) mobilização *off-line*: posts que tratam de mobilizações presenciais; III) mobilização *on-line*: posts que tratam de mobilizações em alguma ferramenta *on-line*; e IV) informação de interesse/notícias: traz informações, artigo, estudo ou matéria de mídia relacionadas a questões ambientais gerais, que tangenciam o interesse principal da iniciativa. Dentre os 92 posts, 37 de divulgação, 25 foram de informação, 21 de mobilização *off-line*, 15 mobilização *on-line*.

De forma geral, o Comitê não se utilizou do Facebook para fazer argumentações sobre o caso do Código Florestal, todavia 24 de suas publicações apresentam links que direcionam para artigos mais argumentativos ou matérias divulgadas na imprensa tradicional. Assim, o que se pode aferir, a partir deste dado, é que as matérias e artigos produzidos pela imprensa tradicional têm grande influência na transmissão das informações na internet. Ou seja, o Comitê se colocou aqui como uma forma de vociferar e não como fonte de conteúdo próprio.

Ao somar a quantidade de posts classificados como mobilização *off-line* com os posts de mobilização *on-line* tem-se o total 36 mensagens. Destas a maioria (20) é referente a alguma mobilização que já aconteceu. Este resultado indica que a rede social digital Facebook foi também utilizada pelo Comitê para mobilizar a população para ações, sejam elas de rua ou *on-line*, como tuitaço, assinatura de petição, envio de e-mail ou sms para parlamentares, entre outras.

Considerações finais

As informações postadas no Facebook do Comitê são de divulgação e de mobilização (*on-line e off-line*) acerca das campanhas contra o Código Florestal, o que confirma a intenção do Comitê de mobilizar a sociedade para se posicionar desfavorável ao projeto de lei. Porém, ao analisar cada ação no Facebook percebeu-se que o Comitê não utilizou o Facebook para discussão política.

Os números referentes a curtidas, comentários e compartilhamentos indicam que a divulgação das campanhas na rede social digital contribuiu para tornar o debate do Código Florestal mais conhecido já que percebe-se, ao longo dos meses, um aumento no número de usuários da *fan page*.

A utilização do Facebook pelo coletivo de organizações cria uma aparente relação com os indivíduos devido a quantidade de número de *posts* com recursos digitais, mas o que há na verdade é uma ausência de interação/diálogo, que pode ser percebida no pouco retorno do Comitê aos comentários dos internautas, ou seja, uma comunicação limitada, que não pode ser considerada de mão dupla.

O Facebook apresenta-se como uma rede de relacionamento, que na opinião de Zhang *et al* (2010), se envolver questões políticas nesse ambiente, pode gerar aumento de participação cívica. Mesmo que o Facebook não se apresente como uma plataforma para participação mais efetiva, ele pode ser um meio de transmissão de informações para subsidiar os indivíduos nas suas decisões políticas.

A internet apresenta potenciais positivos e negativos para a promoção da democracia, todavia a participação e a consciência política são questões complexas e que, de acordo com Aggio (2011), estão relacionadas com a cultura cívica e uma cultura política de participação de cada sociedade e até mesmo de cada indivíduo.

O objetivo de aproveitar a capilaridade do Comitê e ecoar o tema em uma parcela significativa da sociedade não pode ser comprovado neste estudo, pois para afirmar se houve ou não ampla participação da sociedade é necessário realizar um survey com os usuários do Facebook.

Por fim, a pesquisa evidencia que a presença e atuação da população no Facebook torna indispensável que as OSCs estejam cada vez mais presentes nesta rede social digital. Esta tecnologia já tem demonstrado mudanças nas formas de interação, participação e na maneira de fornecer e disponibilizar informação. No

entanto, ainda há uma falta de habilidade ou de interesse real das OSCs exercerem um papel mais interativo com a população, o que reflete nos efeitos das redes sociais digitais para a prática política dos indivíduos.

Portanto, conclui-se que as ferramentas da internet ainda não são utilizadas pelas organizações da sociedade civil para interagir com os indivíduos e gerar uma ampliação do debate político de forma crítica e democrática, que resultasse no aumento da participação popular.

Recebido em julho de 2015.

Aprovado em dezembro de 2015.

Referências

AGGIO, C. **Internet, eleições e participação**: Questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanhas online. In MAIA, R.; GOMES, W; MARQUES, F (Orgs.) *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre. Editora Sulina. p. 175-193. 2011;

BORGES. J. **Participação Política, Internet e Competências Infocomunicacionais**: estudo com organizações da sociedade civil de Salvador. Tese de Doutorado da Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação. 2011;

CASTELLS, M. A. **Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Luiza X. De A. Borges. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro. p. 244. 2003;

GOMES, W. **Opinião política na internet: uma abordagem ética das questões relativas a censura e liberdade de expressão na comunicação em rede**. In: X Encontro Anual da Compós, 2001. X Encontro Anual da Compós. Brasília. 2001;

_____, W.; FERNANDES, B.; REIS, L.; SILVA, T. **Politics 2.0**: A campanha on-line de Barack Obama em 2008. In: *Revista de Sociologia e Política*, Vol. 17, n 34, Curitiba. 2009;

MAIA, R. **Redes Cívicas e internet**: efeitos democráticos do associativismo. in: *LOGOS 27: Mídia e democracia*. Ano 14. 2007;

_____, R. **Democracia e a Internet como Esfera Pública Virtual**: aproximação às Condições da Deliberação. In: GOMES, W. e MAIA, R. *Comunicação e Democracia – Problemas e Perspectivas*. Editora Paulus. São Paulo. 2008;

NORRIS, Pippa. **Digital divide**: civic engagement, information poverty and the Internet worldwide. in: Cambridge University Press. Cambridge. 2001;

PRIMO, A. **Conflito e cooperação em interações mediadas por Computador.** Trabalho apresentado no GT de Tecnologias Informacionais da Comunicação e Sociedade da XIII Compós. Niterói, RJ. 2005;

RIBEIRO, E.; BORBA, J. **As dimensões da participação política no Brasil.** Teoria & Pesquisa. Vol. 20. p. 11-36, 2011;

SAMPAIO, R. **Participação Política e os Potenciais Democráticos da Internet.** in: Revista Debates, Porto Alegre, Vol.4, n.1, p. 29-53.2010;

STABILE, M. **Democracia Eletrônica para quem?** Quem são, o que querem e como os cidadãos avaliam o portal da Câmara dos Deputados. Tese de mestrado. Universidade de Brasília - UnB. Instituto Ciência Política. 2012;

STROMER-GALLEY, J. **On-line interaction and why candidates avoid it.** Journal of Communication. Vol. 50, n. 4, p. 111-132. 2000;

THOMPSON, J.B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Editora Vozes, Petrópolis. 1998;

ZHANG, W. *et al.* **The Revolution Will be Networked:** The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior. Social Science Computer Review. Vol. 28, n.1, p.75-9. 2010.