Pontifícia Universidade Católica
do Rio de Janeiro

Roberta Nadalutti La Rovere

Ativismo Transnacional nas Mídias Sociais: Uma revisão da literatura do ativismo de mudanças climáticas

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Arthur Cezar de Araujo Ituassu Filho

Rio de Janeiro
Junho de 2017

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Pontifícia Universidade Católica
do Rio de Janeiro

Roberta Nadalutti La Rovere

Ativismo Transnacional nas Mídias Sociais: Uma revisão da literatura do ativismo de mudanças climáticas

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Arthur Cezar de Araujo Ituassu Filho
Orientador
Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Adriana Andrade Braga
Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Kelly Cristina de Souza Prudencio
UFPR

Prof.ª Mônica Herz
Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 02 de Junho de 2017

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Roberta Nadalutti La Rovere

Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio, em 2005. Possui Pós-Graduação em Política Global pela London School of Economics and Political Science. Tem mais de 10 anos de experiência em estratégias de Comunicação para grandes e pequenas empresas, governo e terceiro setor. Desde 2014 é pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet e Política (COMP) da PUC-Rio, com ênfase em ativismo político e comunicação internacional.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Ficha Catalográfica

La Rovere, Roberta Nadalutti

Ativismo transnacional nas mídias sociais : uma revisão da literatura do ativismo de mudanças climáticas / Roberta Nadalutti La Rovere ; orientador: Arthur Cézar de Araújo Ituassu Filho. – 2017.
105 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2017.
Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Internet. 3. Ativismo transnacional. 4. Mídias sociais. 5. Comunicação digital. 6. Mudanças climáticas. I. Ituassu Filho, Arthur Cézar de Araújo. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Agradecimentos

Ao professor Arthur Ituassu, que sempre apostou na minha pesquisa apesar das limitações enfrentadas. Muito obrigado por todo o conhecimento e direcionamento que você continua proporcionando a mim e aos membros do COMP.

Ao Felipe Murta, meu sócio e companheiro de todos os momentos, sem você meu mestrado não teria sido tão interessante. Obrigada pelas trocas e pelo apoio em todos os momentos.

Aos meus irmãos, Luciana e Marcello, que sempre foram meus parceiros. Ao meu pai, Emilio, por me mostrar a importância da pesquisa acadêmica para o bem estar social. E à minha avó, Beatriz, pelo amor incondicional.

À Vivian Mannheimer, em especial, pelo companheirismo durante todas as aulas e todo o processo do mestrado em geral, inclusive por compartilhar o interesse por comunicação política internacional e ativismo transnacional.

A todos os membros do COMP, do CEADD e do INCT-DD, que proveram comentários indispensáveis para a melhoria do trabalho e que colaboram incansavelmente no avanço da pesquisa em comunicação politica na internet.

A todos os professores do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, verdadeiros mestres, que, desde a graduação, têm enorme importância na minha formação. E a Stefano Guzzini, professor do Departamento de Relações Internacionais da PUC-Rio, que com sua excelente didática me fez conseguir abordar as questões da disciplina neste trabalho sobre ativismo transnacional.

À San Romanelli e João Feres, professores de Ciência Política do IESP, pelos grandes ensinamentos sobre teoria da democracia, além dos ótimos direcionamentos sobre como produzir um texto acadêmico.

A todos os funcionários do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio pelos ensinamentos e ajuda, especialmente à Marise Lira, pelos incontáveis socorros.

A CAPES e à PUC-Rio, pelos suportes concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Resumo

La Rovere, Roberta Nadalutti; Filho, Arthur Cézar de Araújo Ituassu. **Ativismo Transnacional nas Mídias Sociais: Uma revisão da literatura do ativismo de mudanças climáticas.** Rio de Janeiro, 2017. 105p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Em sua expressão contemporânea, os processos de ativismo tornaram-se transnacionais, com suas causas, ações e organização realizados além dos limites das fronteiras nacionais, estabelecendo uma dinâmica com a lógica de horizontalidade da comunicação digital. Através da internet, os ativistas teriam mais possibilidades de estabelecer redes entre si, divulgar suas causas e ações, promover seu ponto de vista sobre os acontecimentos e gerar mais engajamento no debate público e na participação dos processos pelos cidadãos globais. Por isso, o objetivo deste trabalho é promover uma reflexão de como os artigos acadêmicos analisam casos específicos de ativismo transnacional e seus contextos sociopolíticos para que seja produzido um entendimento da forma e extensão dos potenciais de horizontalidade da internet que estão sendo concretizados. Essa reflexão foi baseada em duas perguntas de pesquisa: quem são os ativistas envolvidos no debate público de mudanças climáticas nas mídias sociais; e como a formação de redes de relacionamento entre ativistas no debate público promovido pelas mídias sociais é analisada pelos acadêmicos. Como conclusão, é possível encontrar indícios de quebra de agenda-setting, divulgação de novos enquadramentos de discurso, estabelecimento de redes epistêmicas complementares e organização transnacional e colaborativa de causas e ações de ativismo pela internet, apesar da análise de *big data* das mídias sociais ainda estar pouco aprofundada nesta área.

Palavras-chave

Internet; Ativismo Transnacional; Mídias Sociais; Comunicação Digital; Mudanças Climáticas; Big Data.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Abstract

La Rovere, Roberta Nadalutti; Filho, Arthur Cézar de Araújo Ituassu. (Advisor) **Transnactional Activism in Social Media: a literature review of climate change activism.** Rio de Janeiro, 2017. 105p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

In its contemporary form, the processes of activism became transnational, since its actions, causes and organization is done beyond the limit of national borders, establishing a dynamical relationship with the logics of digital communications. Using the internet, activists would have more possibilities of establishing networks of collaboration, publicize its causes and actions, promote specific points of view and generate more engagement in the public debate and more people to participate in activism. Therefore, the purpose of this work is to promote a brief review of how the academic literature is analyzing specific cases of transnational activism and its sociopolitical context to generate a better understanding of which and how the potentials of horizontalization from the internet are manifested. Two research questions are addressed: how are the actors of climate change activism analyzed in the social media data analysis of the literature, and how are the social networks of activists being explored. The conclusion is that it is possible to find evidences of activists breaking the agenda-setting of traditional media, as well as promoting new framing of the discourse surrounding its actions and causes, new networks of collaboration and transnational and collaborative forms of organizing and creating actions through social media. However, *big data* analysis of activism processes in social media is still beginning and new research with more depth in the information analysis would benefit immensely in the comprehension of its dynamics

Keywords

Transnational activism; digital communications; digital activism; social media; climate change; big data.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Sumário

1. Introdução 9

2. Ativismo Político 13

3. Ativismo Transnacional 26
3.1. Cyberpower – cyberespaço, exclusão digital, soberania, soft power 32

4. A dinâmica do Ativismo Transnacional e Comunicação Digital 38
4.1. Ativismo e mídia – as dimensões do debate público 40
4.2. A comunicação digital na expansão do espaço de ativismo e na reconfiguração de causas 43
4.3. As ações digitais de ativismo 47
4.4. As limitações dos processos de ativismo transnacional na internet 53
4.5. Mídias Sociais, a expressão 2.0 da internet 59
4.6. A dinâmica das mídias sociais com o ativismo transnacional 64

5. Ativismo de mudanças climáticas nas mídias sociais 71
5.1. A escolha do ativismo transnacional em mudanças climáticas 73
5.2. Q1: Quem são os ativistas envolvidos no debate público de mudanças climáticas nas mídias sociais? 75
5.3. Q2: Como a formação de redes de relacionamento entre ativistas no debate público promovido pelas mídias sociais é analisada pelos autores? 80

6. Considerações finais 89

7. Referências bibliográficas 95

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Lista de gráficos

Gráfico 1 – Fonte: VIEIRA, 2016, p.133 47

Gráfico 2 – A tipologia do repertório de novas ações de ativismo digitalizadas 48

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

1.
Introdução

Os processos de ativismo representam uma forma de participação política de resistência da sociedade civil que busca influenciar as tomadas de decisão politica e o comportamento dos indivíduos e instituições na mudança da realidade social. Em sua expressão contemporânea, os processos de ativismo tornaram-se transnacionais, com suas causas, ações e organização realizados além dos limites das fronteiras nacionais, estabelecendo uma dinâmica com a lógica de horizontalidade da comunicação digital (VIEIRA, 2016). Através da internet, os ativistas teriam mais possibilidades de estabelecer redes entre si, divulgar suas causas e ações, promover seu ponto de vista sobre os acontecimentos e gerar mais engajamento no debate público e na participação dos processos pelos cidadãos globais.

Através da popularização das mídias sociais, as discussões acadêmicas sobre a dinâmica do ativismo com a comunicação digital passaram a questionar se as mudanças trazidas pela internet em geral, e por essas novas mídias em particular, seriam capazes de mudar a realidade política (MOROZOV, 2010; GLADWELL, 2010). No entanto, o debate evoluiu para um entendimento que não existe uma separação entre a esfera digital e off-line nos processos políticos, e as análises passaram a ser voltadas para casos específicos de ativismo e seus contextos sociopolíticos para que seja produzido um entendimento da forma e extensão dos potenciais de horizontalidade da internet que estão sendo concretizados (COLEMAN; FREELON, 2015).

Logo, o objetivo deste trabalho é realizar uma breve reflexão sobre como a literatura acadêmica está analisando as informações provenientes das mídias sociais sobre os processos de ativismo transnacional de forma a trazer evidencias que comprovem o potencial da internet em aumentar a expressão do ativismo transnacional. Existe uma grande expectativa sobre como a análise de *big data* pode trazer um melhor entendimento sobre a realidade sociopolítica, além de possibilitar campanhas de comunicação mais eficientes para influenciar as tomadas de decisão política e o comportamento da sociedade. Este processo já está sendo mais desenvolvido para fins comerciais e de campanhas políticas,

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

porém ainda está começando a ser mais desenvolvido em estudos acadêmicos sobre os processos de ativismo (STROMER-GALLEY, WICHOWSKI, 2004).

A escolha por artigos que analisam o papel das mídias sociais no ativismo transnacional foi realizada porque essas mídias representam um avanço na horizontalidade da comunicação digital, ou seja, são orientadas pela produção de conteúdo dos indivíduos para trocas em redes interpessoais com diferentes extensões de publicidade. Já a escolha por artigos que tratam do ativismo de mudanças climáticas foi devido ao caráter transnacional desta causa, que depende da colaboração internacional de organizações políticas e da mudança de comportamento de indivíduos do mundo inteiro, e por isso tem ações de ativismo que transcendem fronteiras.

Para desenvolver a reflexão de forma estruturada, o capítulo inicial explora as diferentes perspectivas disciplinares sobre ativismo político nos estudos sobre democracia e movimentos sociais à partir da década de sessenta. Todas essas linhas de pesquisa buscavam entender o engajamento dos indivíduos na participação de processos de ativismo, inclusive no debate público, com uma divisão entre uma visão mais economicista – sobre custos e vantagens individuais em participar – e uma visão mais voltada para a dinâmica de formação de identidade política à partir do ambiente sociopolítico e cultural. (ALMOND E VERBA, 1963; VERBA E NIE, 1972; VERBA, NIE E KIM, 1978; OLSON, 1965; DOWNS,1957)

O capítulo seguinte investiga as dimensões transnacionais do ativismo, que com a influência da comunicação digital e do processo de globalização passaram a ter uma nova configuração: a organização dos movimentos se tornou mais fluida, e não organizada em associações hierárquicas, passando a ser composta por redes de indivíduos ao redor de ações pontuais relacionadas a causas universalistas. Tanto as redes de ativismo, como a formação de suas causas e as ações realizadas não são mais limitadas geograficamente e são facilitadas pelas comunicação digital, além de impactadas pela sua lógica de horizontalidade (CASTELLS, 2013; DELLA PORTA E DIANI, 2009; TARROW, 2006; DARROW, TILLY, TARROW, 2001).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Logo, o quarto capítulo explora os detalhes na semelhança da lógica de produção de conteúdo e ideias de forma descentralizada e individualizada na web e o mesmo tipo de processo na configuração das causas de ativismo transnacional. A web também permite uma maior facilidade de realizar novas conexões entre ativistas, facilitando a organização de suas ações e gerando mais visibilidade de suas narrativas alternativas à mídia tradicional (BENNETT, 2003; CASTELLS, 2013) Além das expressões digitais do ativismo transnacional, também são analisadas novas ações de ativismo que ocorrem na web, e mais especificamente o papel das mídias sociais em relação a essa dinâmica entre ativismo transnacional e a comunicação digital (VIEIRA, 2016; VAN AELST; VAN LAER, 2010).

Com objetivo de ilustrar o debate sobre a dinâmica da comunicação digital e ativismo transnacional, inclusive das potencialidades da web em aumentar o alcance das redes de ativismo, trazer ganhos de visibilidade das ações e causas ativistas, divulgar informações alternativas às mídias tradicionais e mudar a construção discursiva e identitária de causas, foi realizada uma breve revisão da literatura acadêmica sobre ativismo de mudanças climáticas nas mídias sociais. Essa reflexão foi baseada em duas perguntas de pesquisa: quem são os ativistas envolvidos no debate público de mudanças climáticas nas mídias sociais; e como a formação de redes de relacionamento entre ativistas no debate público promovido pelas mídias sociais é analisada pelos acadêmicos (KIRILENKO; STEPCHENKOVA, 2014; NEWMAN, 2016; SEGERBERG; BENNETT, 2013; ASKANIUS; ULDAN, 2011; FERNANDEZ et al., 2016)

Por fim, é possível ver através de uma reflexão sobre a literatura de ativismo e comunicação digital que a análise de *big data* é capaz de trazer evidências sobre como a internet aumenta o alcance do discurso, ações e redes que organizam os processos de ativismo. No entanto, a complexidade de lidar com um volume grande de informações do ambiente digital, assim como relacioná-las com as ações e efeitos sociais off-line, ainda faz com que muitas pesquisas devam ser realizadas para aprofundar o conhecimento sobre a dinâmica entre ativismo e comunicação digital. Este aprofundamento é o desafio da análise de *big data*, que ao identificar cada vez mais nichos de perfil

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

político e social, mais potencial gera na criação de campanhas de comunicação que atenda aos públicos específicos e seja capaz de promover mudanças de comportamento e gerar engajamento nos processos de ativismo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

2.
Ativismo Político

As ações de ativismo sempre representaram uma forma de participação política fundamental para expressar as demandas dos cidadãos que não conseguem ser atendidas pelo sistema político em vigor. Historicamente, o ativismo político é uma forma de expressão e de resistência de grupos excluídos que exigem mudanças, como o movimento de integração racial nos Estados Unidos nos anos 60, os movimentos de independência dos países colonizados durante o século XX, e os movimentos feministas e ecológicos, que continuam se transformando para defender suas causas até hoje. Estes são apenas alguns exemplos de ativismo, já que a multiplicidade de formatos das ações de ativismo permite que os cidadãos influenciem as tomadas de decisão política não apenas dos governos, mas também de organizações não-governamentais (ONGs), organizações internacionais e empresas multinacionais que constituem a realidade política atual. A visão de ativismo que vamos explorar neste trabalho percebe a esfera política como um espaço sempre em disputa, que não se limita ao papel do Estado, e por isso é possível perceber uma nova configuração dos processos de ativismo político no mundo contemporâneo, influenciada pela transnacionalidade e pela comunicação digital.

É necessário ressaltar que os ativistas atuam nessa disputa política ao buscar mudanças orientadas por causas sociais, que podem ter objetivos de mudança locais, como direito a permanência em locais de moradia irregulares; nacionais, como o combate à nova legislação que regulamenta a previdência; ou transnacionais, como direitos humanos, igualdade racial, preservação do meio ambiente, feminismo, entre outros. No entanto, essas causas estão constituídas por valores que ultrapassam as fronteiras nacionais e podem contar com mecanismos que ultrapassam os processos tradicionais de participação política orientados ao redor do Estado. Essa amplitude do ativismo está relacionada a forma de se conceber política no mundo atual, de acordo com suas instituições – governos, ongs, organizações internacionais, redes epistêmicas, empresas internacionais; seus recursos – poder, influência e autoridade; seus processos – tomadas de decisão ou elaboração de condutas coletivas; e sua função, que seriam as consequências das ações políticas na sociedade global da qual faz parte (SCHMITTER, 1982)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Como exemplo, basta ver como empresas multinacionais determinam a hierarquia de informação na internet de acordo com suas próprias normas de funcionamento, como ocorre com as plataformas do Google e do Facebook (DEAN, 2012). Outro exemplo seria o papel de ONGs humanitárias como provedor de saúde – como no caso das organizações sociais no Brasil, como a ONG Viva Rio - em que uma instituição privada exerce um papel do Estado, gerando dilemas sobre legitimidade e *accountability* em relação a suas ações (LEANDER, 2005; PAMMENT, 2016).

Apesar da garantia dos direitos fundamentais ainda ser vista como um dever do Estado em última instância através da implementação de legislação e políticas públicas, é possível agir para influenciar diretamente instituições privadas que estão afetando a vida pública, principalmente em situações nas quais o Estado não exerce suas funções plenamente. Os processos de ativismo de consumo são um exemplo de mudança na realidade social trabalhista quando os consumidores deixam de comprar produtos de empresas acusadas de empregar trabalhadores em condições análogas a escravidão, como no caso da Zara (CISSÉ-DEPARDION & N'GOALA, 2009). A exigência por transparência em relação ao financiamento e aos gastos realizados por ONGs como os Médicos Sem Fronteiras, que atuam como provedores de saúde pública também é um exemplo (LEANDER, 2005).

Quando falamos do debate sobre a dimensão da esfera política, é preciso esclarecer que a visão de política aqui se apresenta como qualquer questão que afete o espaço público e bens coletivos (VIEIRA, 2016). Esta perspectiva está baseada no ideal de democracia de John Dewey (2005) que ressalta o direito dos cidadãos em participar das decisões que causam impacto nas suas vidas. Essa percepção de autonomia e direitos políticos fundamentais embasa as ações de ativismo político, na medida em que move os cidadãos a exigir por mudanças que possam garantir seus direitos (CASTELLS, 2013). Por isso que grande parte da literatura de teoria da democracia aborda ativismo como forma de participação política (SAMPAIO & LYCARIÃO, 2010), como será discutido mais a frente.

Para entender como o ativismo político na sua expressão contemporânea está relacionado com os processos de comunicação digital, e mais especificamente qual o papel das mídias sociais no ativismo político, este capítulo tem como

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

objetivo apresentar uma breve evolução de suas bases conceituais na literatura acadêmica de teoria da democracia, movimentos sociais e política contenciosa. Essas foram as principais correntes em sociologia e ciência política que abordam o tema, muitas vezes com poucas distinções entre o que significa ativismo político, movimentos sociais, ação coletiva e política contenciosa, conceitos que serão explorados a seguir.

Afinal, é preciso entender os diversos posicionamentos normativos sobre quem está se engajando em ativismo político; com quais motivações esse engajamento ocorre; como os movimentos se organizam; como as causas defendidas pelos ativistas são constituídas; e como os resultados dos movimentos ativistas são considerados, para então compreender a maneira na qual a transnacionalidade e a comunicação digital compõem as dinâmicas do ativismo político contemporâneo, e em que dimensões esses novos formatos de ativismo diferem dos processos tradicionais do século XX.

Para começar, é preciso se debruçar nos diversos elementos constituintes das definições de ativismo político. De acordo com Vivian VIEIRA (2016), ativismo é a postura proativa de indivíduos que agem conjuntamente e sistematicamente em prol de uma causa. O processo de ativismo depende de uma ação coletiva, política e não definida por preceitos morais. Isso significa abrir o escopo de análise para incluir processos violentos e da direita política, que muitas vezes são deixados de lado por questões normativas dos pesquisadores. Além disso, é um conceito aberto o suficiente para dar conta dos novos formatos de ativismo transnacionais.

Para Harlow (2011), ativismo é expresso pela ação de um grupo de indivíduos que pensam de forma semelhante que se unem para mudar o status quo ao redor de uma causa, local ou global, progressista ou não. O autor indica que o conceito engloba tanto os movimentos sociais - que envolvem uma contestação prolongada das autoridades com interações entre desafiadores e detentores de poder, com o objetivo final de atingir algum tipo de mudança social – quanto a ação coletiva de atores em busca de objetivos comuns.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Além disso, o autor indica que o sucesso das mobilizações, tanto dos movimentos sociais quanto de ações isoladas de ativismo, depende do grau de interesses comuns de um grupo e de sua identidade compartilhada, além dos recursos que tem disponíveis, seu poder político, as oportunidades e ameaças existentes no contexto que estão no momento e no grau de repressão política ao qual estão submetidos.

Para Sampaio, Bragatto e Nicolás (2016), o ativismo político pode ser visto como tentativas de influência da sociedade civil sobre o sistema político. Essa definição aponta para a delimitação dos participantes dos processos de ativismo como atores que não pertencem a instituições estatais, mas visam afetar suas ações, sendo bem próxima ao conceito de política contenciosa (TILLY; TARROW, 2007), em que o governo é o alvo, o iniciador ou envolvido como terceiro das interações com atores que realizam demandas em defesa dos interesses coletivos ou de outros cidadãos.

O papel do Estado também é central nessa corrente de análise de ativismo político que está ganhando proeminência desde os anos 90 por proporcionar uma visão de como ocorre a institucionalização dos processos de ativismo. Em 2015, Tilly e Tarrow lançaram uma nova edição do livro *Política Contenciosa* com parâmetros conceituais revisitados para as manifestações de ativismo contemporâneas. Os autores se interessam em avaliar por que alguns movimentos sociais atingem seus objetivos enquanto outros se dispersam; por que alguns processos de ativismo acabam virando as instituições contra as quais estavam se rebelando; e por que o ato contencioso pode ser realizado de forma não violenta em alguns casos, enquanto resulta em mortes e guerras civis em outros.

Críticos em relação ao processo estático e de atores isolados nas ações de ativismo, os autores mudaram o foco da discussão contemporânea para análise de interações dinâmicas. Como não era possível determinar regras gerais e universalistas sobre os formatos de política contenciosa, mesmo em revoluções ou movimentos sociais, os parâmetros de análise foram divididos em unidades menores para identificação de mecanismos e processos recorrentes, mas não determinantes por causa da complexidade do contexto social (MCADAM, TILLY, TARROW, 2003).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Essa corrente de estudos coloca a estrutura de oportunidade política em cada regime político no centro da análise das ciências sociais. Apesar do conceito de oportunidade política não ser uma novidade em relação a teorias anteriores, já sendo explorado pelo próprio Tilly na sua primeira pesquisa (1978), ele passou a ser desenvolvido e testado em relação a vários estudos de caso transnacionais, de maneira a permanecer como um ponto de referência importante dos resultados que se pode atribuir a movimentos sociais. Dessa forma, a eficiência de um movimento social passou a ser entendida por uma nova matriz de conhecimento, que percebe a influência no governo de formas tanto diretas como indiretas.

A definição de ativismo adotada aqui também implica que a motivação política dos ativistas está relacionada a sua percepção de capacidade em gerar mudanças na realidade política. Castells (2013) aponta para a importância do ativismo de proporcionar uma válvula de escape para o medo na forma de indignação, que por sua vez sustenta a mobilização coletiva para exigir transformações políticas.

No entanto, existe ainda um grande debate sobre como gerar esse processo de transformação sentimental que proporciona a mobilização política expressada na adesão à causa do ativismo. Em um estágio posterior, as teorias de mobilização de recursos e processos políticos vindas dos Estados Unidos são combinadas com as teorias dos novos movimentos sociais, complementando as discussões com o porque dos indivíduos participarem dos processos de ativismo, ao invés de analisar apenas como o ativismo se manifesta (RUCHT, 2007).

Essa complementariedade se dá com as novas abordagens sobre ativismo inspiradas nas teorias culturalistas e construtivistas. Uma nova leitura sobre o papel da construção de identidades, cultura de protesto, moralidade e emoções nas atividades de ativismo proporcionou novas dimensões de análise para além dos preceitos fechados e dos preconceitos estabelecidos pelas teorias tradicionais de psicologia de massa, que privilegiavam o racional e um sistema de perdas e ganhos sociais (JASPER, 1997).

Além disso, Maia (apud SAMPAIO, BRAGATTO, NICOLÁS, 2016) utiliza o conceito de influência como forma de poder exercida pelos ativistas. Essa

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

escolha aponta para os modos de atuação utilizados e o entendimento dos resultados por parte dos ativistas, já que a influência é uma forma de poder não-coercitivo – ou *soft power*, como vamos discutir nos capítulos seguintes – de maneira que a pressão exercida pode gerar efeitos ou não, sendo que quanto maior a quantidade de pessoas mobilizadas, maior a possibilidade da classe política em realizar uma mudança.

É importante notar que todas as definições de ativismo discutidas aqui apontam para uma separação clara entre sociedade civil e Estado. Para tal, a literatura sobre ativismo em particular, e participação política em geral, utiliza o conceito de sociedade civil de Cohen e Arato (1992), que indica cidadãos ordinários, às associações voluntarias, aos movimentos sociais e a outras formas de organização social, que se encontram fora do espectro do Estado e da economia.

Essa delimitação do conceito de ativismo como movimento da sociedade civil é interessante na medida em que distingue essa forma de participação política de outros processos integrados ao funcionamento formal das instituições democráticas, e que estabelecem outras dinâmicas por integrar representantes estatais, tais como a participação eleitoral pelo voto, a presença em fóruns e conselhos consultivos e a filiação em partidos políticos (SAMPAIO; BRAGATTO, NICOLÁS, 2016).

É possível entender o ativismo político como uma das formas de participação política dos indivíduos na sociedade (SAMPAIO; BRAGATTO, NICOLÁS, 2016). No entanto, nem todos os teóricos adotam essa perspectiva, sendo que muitas vezes os termos ‘participação política’ e ‘ativismo político’ aparecem nos textos expressando o mesmo significado (VIEIRA, 2016). Isso ocorre não apenas pela dificuldade em estabelecer quais processos são institucionalizados, ou seja, incorporados por organizações políticas – como fóruns temáticos no Brasil, por exemplo, que abrigam membros do governo e da sociedade civil – mas também pelo histórico das pesquisas desenvolvidas nas ciências políticas e sociais que determinam diferentes delimitações para o conceito de ativismo político.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

De acordo com Pippa Norris (2005), a pesquisa em ativismo político compara as formas na qual os cidadãos participam, os processos que os levam a participar e a as consequências dessa participação política na construção da realidade social em que estão inseridos. A autora faz uma revisão de literatura de sociologia e ciência política que aponta para as limitações do conceito de participação política, revisando os teóricos dos anos 60 até os dias atuais (NORRIS, 2007). Como o ativismo é visto neste trabalho como uma forma de participação política, é interessante ver os pontos de análise privilegiados nessa literatura para saber como o ativismo se diferencia de outras formas de participação política, assim como compreender melhor os enfoques das discussões sobre ativismo político baseados nessa literatura.

Nos anos 60, a linha de análise de psicologia social foi a que mais se debruçou sobre o tema, produzindo as principais referências na literatura de política comparada. Essa linha estava focada em entender o relacionamento dos processos de participação política e a qualidade da democracia. Os estudos de caso foram baseados em *surveys* em países ocidentais desenvolvidos (ALMOND E VERBA, 1963; VERBA E NIE, 1972; NIE E KIM, 1978).

Estes autores realizaram pesquisas dos níveis de participação dentro dos governos nacionais e entre nações, além de apontar algumas formas diversas de participação política. Os resultados estabeleceram referencias iniciais sobre a participação política em massa, fundamental para o entendimento e futuros estudos sobre o tema.

As principais descobertas foram que apenas uma minoria se engaja em formas tradicionais de participação política, como filiação partidária e campanhas políticas, contatos com membros do parlamento eleitos e organizações comunitárias. O mesmo ocorre em ações de protesto político, que foram consideradas uma forma de ativismo específica por causa de seu caráter de confronto e ocupação do espaço público.

Essa perspectiva de que ações de protesto são diversas influenciou os estudos de ativismo, desenvolvendo uma corrente de estudos de políticas de protesto (TARROW, 2008). O termo “política de protesto” indica o uso

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

deliberado por organizações e grupos para influenciar uma decisão ou processo político que pode ter impactos sociais negativos (DALTON, 2002).

Assim como nos processos de ativismo político em geral, Tarrow (2008) aponta que o conteúdo, objetivos e formas de protesto politico variam enormemente. Um protesto pode ser realizado através de contestações de um grupo no debate público em relação a um político, ou a uma determinada política pública, e até mesmo ao regime político como um todo. O objetivo do protesto pode ser amplo ou específico, reformista ou revolucionário, realista ou utópico. E enquanto alguns protestos podem durar alguns minutos, outros são ocupações de longo prazo do espaço público. Sem contar que alguns protestos são espontâneos, enquanto outros são planejados e bem delimitados pelos seus promotores.

Todos estes pontos focados pela literatura de política de protesto são válidos para análises em relação a processos de ativismo em geral, menos em relação à espontaneidade da ação. Por mais que existam debates sobre eventos que servem como estopim para o surgimento de movimentos de ativismo político (CASTELLS, 2013; DELLA PORTA E DIANI, 2009), eles se restringem a formação de ações continuadas ou relacionadas a organizações estabelecidas, sendo que o ativismo pode se expressar em um ato único, contanto que esteja relacionado a uma causa claramente identificável.

No entanto, os estudos sobre protestos políticos evidenciam a dimensão pública do evento político, de forma a colocar a esfera pública dentro de um processo triangular de comunicação – entre o movimento ativista, as instâncias políticas e o público em geral. Por isso, o papel da mídia de massa é colocado em evidência como integrante deste processo, já que muitas vezes o resultado da ação de protesto é mais relacionado em atrair atenção e apoio da audiência do que impactar diretamente o oponente (RUCHT, 2007)

Essa relação entre as diversas formas de ativismo e mídia vai ser explorada mais adiante, porém vale relembrar os dilemas de medição do resultado dos processos do ativismo em relação às mudanças sociais e políticas. É difícil isolar os impactos das ações, já que as interações complexas que ocorrem entre os vários elementos do contexto sociopolítico é que acabam determinando as mudanças sociais.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Por isso que desde o início do debate na literatura de psicologia social já foi visto como os parâmetros socioeconômicos - tais como educação, classe social, emprego, idade, sexo e etnia - são fundamentais na determinação de quem se engaja em processos de participação política. Além disso, foi apontado que as atitudes culturais também estão relacionadas ao nível de engajamento, na medida em que pessoas que se sentem melhor informadas e acreditam na eficiência dos processos de participação política acabam participando mais, sendo também considerado neste processo os desenhos e arranjos institucionais (VERBA E NYE, 1972).

No entanto, neste mesmo período, teóricos da escolha racional se contrapunham aos preceitos da literatura de psicologia social sobre a motivação dos cidadãos em se engajar em diversas formas de participação política. Essa linha de pensamento da ciência política, inspirada em conceitos econômicos para explicar o comportamento dos indivíduos, indica que o engajamento dos cidadãos em processos de participação política depende de um cálculo racional de custos e benefícios que cada ação social possui para um indivíduo (DOWNS, 1957; OLSON, 1965).

Assim como seus contemporâneos da psicologia social, a análise é centrada no comportamento dos indivíduos, suas condições socioeconômicas e nas características das instituições dos Estados Nacionais democráticos. Porém, é inegável a contribuição de Olson (1965) no debate sobre ativismo por problematizar a questão da 'ação coletiva', conceito utilizado até hoje para explorar os mecanismos de mobilização de indivíduos ao redor de uma ação de participação política.

A teoria sobre ação coletiva é utilizada para explicar o comportamento humano quando bens públicos estão em jogo. Dentre as premissas principais, indica que os indivíduos se deparam com decisões em relação ao comportamento de *free riding* - ou seja, de se aproveitar dos benefícios sociais enquanto outros cidadãos realizam os esforços para estabelecer os resultados de ação social ou política. A outra principal premissa é de que instituições formais são fundamentais para centralizar a ação coletiva, na medida em que localiza e atrai os participantes em potencial, para em seguida motiva-los, informa-los e coordenar suas ações.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Os usos atuais das tecnologias de informação e comunicação estão redefinindo os parâmetros do conceito de ação coletiva, já que não necessariamente essa ocorre em torno de instituições formais, sem contar que os custos de tempo e esforço empregados são muito menores com o advento da internet. Dessa forma, autores como Bimber, Flanagin e Stohl (2005) redefinem ação coletiva como um fenômeno de rompimento de fronteiras entre o ambiente privado e público. Essa quebra de paradigma vai ser explorada mais adiante na discussão sobre o relacionamento entre comunicação digital e ativismo.

Além da literatura sobre ação coletiva, a literatura sobre teoria democrática desenvolveu também uma discussão sobre a importância da participação política para a qualidade dos regimes democráticos. Pensadores elitistas, sendo o maior expoente Joseph Schumpeter (1954), defendem a democracia representativa com um envolvimento mínimo da população através do voto em eleições periódicas.

Por sua vez, existe uma linha defensora da 'democracia participativa', termo proposto por Barber (1984) e os benefícios da participação política para a conscientização sobre debates públicos, expressão de posicionamentos para melhor tomada de decisões políticas com resultados mais legítimos, aumentando assim a tolerância social e confiança interpessoal além de um governo mais eficiente e responsivo.

Esse pequeno resumo histórico sobre participação política em regimes democráticos é fundamental para a compreensão de como se desenvolveu o debate sobre ativismo político, que por muito tempo esteve restrito a como os processos ocorrem em esferas nacionais, mas também na centralidade do papel do Estado como promotor de mudança social através da política. A expectativa que se existe de um Estado democrático é que seja mantida a soberania popular, e a vontade da população é evidenciada através da sua participação política, inclusive por formas de ativismo.

Apesar dessa visão da participação política da teoria democrática ser restrita em relação aos processos contemporâneos de ativismo, que também se organizam além de fronteiras e se orientam a influenciar decisões de organizações internacionais e multinacionais, ela é fundamental na discussão sobre os efeitos do ativismo político.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Afinal, o Estado garante legalmente e implementa políticas públicas que defendem os direitos dos cidadãos, sendo essa institucionalização uma forma de garantir as causas defendidas pelos ativistas de maneira efetiva (PAMMENT, 2016). Por isso, grande parte dos movimentos ativistas são voltados aos tomadores de decisão politica, sendo estes tipos de movimento o principal foco deste trabalho.

Para explicar a multiplicação dos movimentos de ativismo orientados por causas - expressados em manifestações e protestos em espaços públicos, políticas de consumo, redes profissionais, e em novos movimentos socais mais difusos e redes de campanhas (*advocacy*) transnacionais – a literatura debruçou-se no conceito de capital social, que indica a soma de recursos, reais ou virtuais, que indivíduos ou organizações obtém por estarem integrados a uma rede durável de relacionamentos de reconhecimento mútuo em diversos graus de institucionalização (BOURDIEU, 1970; COLEMAN, 1988).

Este conceito foi desenvolvido por Robert Putnam para explorar o impacto negativo na participação política nos Estados Unidos por causa das mudanças nos processos de articulação da sociedade civil e do crescente individualismo (PUTNAM, 1995). Segundo o autor, existe um processo dual de formação de capital social: redes sociais e normas culturais formam associações cívicas que geram capital social, e por sua vez o capital social reforça a boa governança e participação política, gerando os resultados que reforçam os laços sociais e as normas culturais dessas associações, em um círculo virtuoso.

As teorias de capital social enfatizam a importância das redes formadas pela sociedade civil na composição da estrutura política, além da ressaltar a dimensão cultural por investigar a formação e adoção de normas compartilhadas. O conceito valoriza a complexidade dos padrões de confiança e associativismo social de acordo com contextos sociopolíticos específicos, mas por quantificar participação política de acordo com parâmetros fechados desejáveis, estabelecendo uma hierarquia social, é visto como uma instrumentalização conceitual para defender determinadas posições politico-ideológicas, como no caso do uso do termo pelo Banco Mundial (SOBEL, 2002)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Além disso, a comparação entre níveis de participação política de diversos países fica mais difícil com a emergência de novos modos de ativismo político. Enquanto as formas de ativismo tradicionais estavam relacionadas a estruturas institucionalizadas com regras formais de afiliação e estruturação hierárquica, com limites claros de quem pertencia ao movimento, era mais fácil medir e comparar a adesão e impacto de partidos políticos, associações de moradores, sindicatos e outras formas tradicionais de participação política, até porque estavam limitados a influenciar o Estado nacional.

A partir da ebulição nos anos 60 dos movimentos de liberdades civis, antiguerra, proteção ambiental e feminismo, por exemplo, que ganharam dimensões transnacionais, é cada vez mais difícil comparar movimentos de ativismo político com os parâmetros anteriores. Com as estruturas fluidas de afiliação e coalizações de redes, além das estruturas organizacionais horizontalizadas e descentralizadas dos novos movimentos ativistas, o principal parâmetro de análise passou a ser os avanços de mudanças sociais estruturais e de normas culturais ao redor de uma causa política comum.

Por isso, a escolha deste trabalho em dar um enfoque no ativismo, e não apenas movimentos sociais, provém de que uma ação coletiva não precisa necessariamente ocorrer apenas na forma de um movimento social ou a partir de um formato organizacional tradicional. Atualmente, o ativismo, enquanto fenômeno político relevante, não está restrito à formação de movimentos sociais, mas também tem sua relevância em ações coletivas contenciosas capitaneadas por grupos mais ou menos estruturados (como ONGs, coalizões etc.), e ainda por mobilizações em redes pontuais menos estruturadas.

Ou seja, embora as expressões como movimentos sociais, ação coletiva, ativismo recebam usos terminológicos com sutis peculiaridades, como vimos, todas tratam, na prática, do alinhamento coletivo de indivíduos que agem ou se mobilizam politicamente em prol de um objetivo comum, com alguma estruturação e tendência ao confronto por objetivarem mudar a realidade.

Hoje, o estudo sobre ativismo político não está mais determinado apenas por uma corrente teórica, mas pela complementaridade de abordagens específicas que

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

esclarecem e exploram seus diversos componentes em relação ao contexto sociopolítico que cada processo está inserido. Os principais elementos de análise são as formas de organização e formação de redes – ou *networking* – a motivação dos participantes, formação de identidades, enquadramento das questões políticas, estratégias e táticas, *agenda setting* e capacidade de influência nas tomadas de decisão (NORRIS, 2007). Apesar de estarem ancorados em diferentes tradições teóricas, estes elementos permeiam as novas pesquisas que buscam elucidar as causas, padrões e consequências do ativismo político em casos específicos, na medida em que o contexto sociopolítico e o processo de ativismo em si tornaram-se mais complexos com a transnacionalidade e a nova ecologia de mídia com a comunicação digital, como veremos a seguir.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

3.
Ativismo Transnacional

Após a discussão sobre os elementos constituintes do conceito do ativismo, é possível analisar os desdobramentos que a globalização do mundo contemporâneo impõe ao processo de ativismo. Toda uma nova literatura foi desenvolvida em relação à sua vertente transnacional, ou seja, que não se atém aos limites da soberania de um Estado nacional (KECK & SIKKINK,1999; TARROW & TILLY, 2015; NORRIS, 2007). As causas que movem os ativistas, as ações que eles estabelecem e as redes que constituem os integrantes de um movimento estão se estabelecendo além de fronteiras, sendo que o ativismo estendeu sua atuação para pressionar outras instituições além do Estado, como empresas multinacionais, organizações internacionais e ONGs (VIEIRA, 2016). Essa nova configuração afetada pela transnacionalidade e pela comunicação digital será discutida nesse capítulo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

É preciso entender que a internet como meio de comunicação transnacional possui um papel importante na reconfiguração dos processos de ativismo. Isso ocorre porque existe uma dinâmica entre os processos de comunicação digital e os processos de ativismo, na medida em que a comunicação é fundamental para a troca de informações entre ativistas e a visibilidade das reivindicações politicas de suas causas, além de influenciar na maneira em que a realidade social como um todo se compõe. Essa dinâmica se compõem por causa do relacionamento entre a maneira de se pensar e agir politicamente e as formas de comunicação disponíveis, de maneira que as causas e a organização dos movimentos de ativismo dependem dos processos de comunicação, assim como as formas de se comunicar se modificam de acordo com as ações e necessidades dos ativistas.

Basicamente, as novas tecnologias de informação aliadas aos processos de integração econômica, política e cultural entre países reconfiguram a dinâmica de motivação dos ativistas, a configuração das causas, suas ações coletivas, para atender a uma nova configuração de público transnacional (MANNHEIMER, a ser publicado). Para Mannheimer (a ser publicado) diversos públicos podem ser constituídos ao redor de tomadas de decisões políticas internacionais que vão além das capacidades de regulação dos seus Estados, ou que mobilizam a opinião

pública internacional ao redor de causas comuns para afetar decisões nacionais e locais dentro e fora dos seus países. Por isso, é preciso pensar na dimensão do debate público relacionado ao ativismo transnacional como uma forma de ação de ativismo em si, e compreender esta dimensão em relação à dinâmica com a comunicação digital.

Essa definição de ativismo transnacional alia tanto o movimento político de indivíduos e grupos de diferentes nacionalidades em prol de uma causa ao sentimento de demanda comum por participação política pelos afetados por questões que ultrapassam fronteiras. Essa escolha foi realizada por incluir a dinâmica dos efeitos da globalização na sociedade civil com o processo de mobilização política, na medida em que os dois processos são complementares e afetados pela comunicação digital. Dessa forma, o ativismo pode ser entendido como uma das formas de participação popular na política (AVRITZER, 2007).

A comunicação digital influencia na formação de ações coordenadas, seja por constituir um novo processo de identificação mais complexo para tomadas de ação coletiva (BENNETT, SEGERBERG, 2011) seja por potencializar a formação de redes híbridas de indivíduos além de fronteiras (KECK, SIKKINK, 2014). As redes híbridas mencionadas pelas autoras correspondem às dimensões presenciais e digitais de conexões entre os ativistas ao redor de ações seja da mesma causa política ou não, já que elas indicam que no ativismo transnacional as redes funcionam como sistemas de solidariedade**.** Além disso, altera o caráter das instituições (NORRIS, 2003), as formas de organização de movimentos sociais (VIEIRA, 2016), o discurso e conteúdo das causas e as noções de eficiência das ações do ativismo transnacional.

O que caracterizaria o ativismo transnacional, para Keck e Sikkink (1998), seria a ação sistemática de grupos ou indivíduos que agem deliberadamente em prol de uma causa além de fronteiras nacionais. A incorporação deste processo por atores governamentais, assim como as tomadas de decisão coerentes às demandas dos ativistas se constitui na institucionalização da participação de atores não-estatais na governança de questões transnacionais (PAMMENT, 2016). Existe um questionamento sobre se a constituição de um público transnacional (MANNHEIMER, A SER PUBLICADO) seria efetiva através da relação que

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

envolve fluxos materiais e não materiais – estes últimos incluem os processos de comunicação digital - como mudança sistêmica (PAMMENT, 2016). No entanto, isso depende da consideração de mudanças de normas transnacionais como eficiência, como coloca Joseph Nye (2010). O autor indica uma percepção dos resultados das ações no ambiente internacional como uma maneira de influenciar os valores e comportamentos políticos – ou seja, as normas – na medida em que o sistema internacional é formado pelo conjunto destas normas.

Com a mesma perspectiva do sistema internacional como formado por um conjunto de normas em diversos níveis políticos, Della Porta e Tarrow (2005) indicam que os efeitos da transnacionalização no ativismo se expressam através da difusão da atuação dos ativistas além das fronteiras, assim como na domesticação de discussões políticas internacionais nas tomadas de decisão política – similar ao efeito *boomerang* de influência internacional de ativismo em prol de uma causa em questões nacionais (KECK, SIKKINK, 2014) – e na externalização de demandas políticas às instituições supranacionais na intervenção de conflitos. A comunicação digital funciona como facilitador destes processos devido ao alcance da troca de informações e construção compartilhada de significados (CASTELLS, 2013).

A organização dessas redes transnacionais de ativismo podem se constituir de laços não formais, difusos, de rotina ou de organizações formais (PIPER; UHLIN, 2004). Essas novas configurações são facilitadas pelo ambiente digital, ou até mesmo apresentam uma mudança no comportamento social por causa da flexibilidade de adesão, de modos de relacionamento e de produção trazida pela internet (CASTELLS, 2013). Os efeitos da comunicação digital na organização do ativismo serão explorados mais adiante neste capítulo.

Essa organização também foi afetada pela proliferação de atores transnacionais (SMITH, 2003). O aumento na quantidade e no formato do ativismo transnacional é um dos elementos avaliados nos estudos de sociedade civil global, que foca a atenção no papel de atores não Estatais. As definições normativas de sociedade civil global serão discutidas posteriormente neste trabalho, mas vale ressaltar que colocam em debate a inclusão de atores não-estatais com causas xenófobas e fundamentalistas, que se utilizam de métodos violentos ou não (KALDOR, 2013), nos processos de ativismo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Essa discussão é interessante para se entender quais atores podem ser considerados ativistas e qual o escopo de ações que podem ser consideradas como ativismo, e, consequentemente, entender suas consequências políticas. O uso de violência contra pessoas de forma proposital para avançar uma causa política não seria ativismo, e sim, terrorismo (ACKERMAN; DUVALL, 2000), delimitando o conceito.

Mais especificamente no *ciberespaço*, é difícil estabelecer o limite do que é considerado uma forma de incitar violência ou promover discursos de ódio, ações que não se constituiriam em ativismo. Para tal, é preciso analisar tanto o conteúdo do discurso público na web dos movimentos sociais quanto avaliar as ações articuladas na rede – além das atividades off-line - para determinar se um movimento pode ser denominado como ativismo (VIEIRA, 2016).

Para compreender a complexidade na formação de redes de ativismo e os efeitos da comunicação digital neste processo, existe uma preferência pelo conceito de transnacionalidade em detrimento do conceito de global, que permite a existência de redes complementares e sobrepostas ao invés de se limitar a movimentos que afetam o total do globo (PIPER; ULHIN, 2004).

Assim como a transnacionalidade, a comunicação digital é apenas uma das facetas do ativismo transnacional. Segundo Seib (2012), o ativismo é composto por redes de conexões interpessoais híbridas. Isso significa que é necessário analisar as ações virtuais e no mundo real (off-line) dos ativistas que estabelece conexões multidimensionais entre as pessoas, instituições e redes paralelas, com desdobramentos locais e/ou globais. O entendimento da expressão do ativismo na internet depende da avaliação crítica de como uma causa mobiliza os atores sociais diferenciados, utilizando diferentes mídias e orientado em qual tipo de ações e discursos (BENNETT, 2003).Para compreender como o ativismo está relacionado às mídias digitais, mas também as mídias tradicionais, utilizamos o entendimento que os sistemas de comunicação atual formam uma ecologia de mídia. Segundo Scolari (2012), a ecologia de mídia pode ser percebida como um ambiente e/ou pelo relacionamento entre as diversas mídias. A principal contribuição desse conceito é expandir o uso da metáfora ecológica em três conceitos: evolução, hibridização e interface, baseados na visão ecológica de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

mídia e cultura desenvolvida por Carey (1989) de que esses elementos estão interconectados e se autoconstroem, de acordo com a visão de comunicação como processo de construção da realidade social adotada neste trabalho.

Dentro dessa ecologia de mídia e relações sociais, o ativismo transnacional é capaz de exercer mobilização ao estabelecer espaços públicos autônomos, fora da interferência de partidos e da mídia transnacional (DELLA PORTA; TARROW, 2005). Os mecanismos de comunicação digital possuem extrema importância na troca e divulgação de informações alternativas que suportam estes espaços tais como veículos de mídia online alternativa com coberturas em tempo real de acontecimentos locais quanto sites de *fact-checking*; a divulgação direta de estudos científicos realizados por especialistas renomados nos campos de conhecimento das causas ativistas; assim como a elaboração e divulgação de narrativas pessoais alternativas que ilustram os elementos políticos relacionados a uma causa (SAMPAIO; BRAGATTO; NICOLÁS, 2016).

Além disso, o estabelecimento destes espaços de autonomia política seria um motivador para o envolvimento dos indivíduos e grupos sociais em movimentos de ativismo por ser um resultado concreto, já que a perspectiva de mudança política influencia no grau de participação política (AVRITZER, 2009). A causa defendida seria um outro motivador.

Em relação à constituição das causas, tanto Castells (2013) quanto Benneth (2005) indicam que o ativismo transnacional se utiliza de eventos e protestos orientados por questões amplas ou universalistas, principalmente de expressão da insatisfação política de forma geral. Por exemplo, o movimento Occupy Wall Street, com o lema "Somos o 99%", busca reunir todos os insatisfeitos com a concentração de riquezas em uma elite socioeconômica, sem se detalhar nas causas da insatisfação.

Esse ‘‘enquadramento relaxado’’ (BENNETT, 2005), parte do que seria uma "identidade flexível’’ (DELLA PORTA; DIANI, 2009), permite que pessoas em diversos espectros sociais se unam em ações de massa, reunindo diversas questões e demandas políticas no mesmo ambiente de protesto. Isso seria preocupante em relação a longevidade do movimento ativista ou efeito político

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

que possui nas tomadas de decisão, normalmente associadas em projetos políticos subsequentes (BENNETT, 2005).

Este novo enquadramento de causas também é relevante na percepção do que é capaz de mobilizar pessoas na adesão a uma causa. Existe um debate sobre o caráter do ativismo como ação coletiva, que exigiria uma identificação social para aderência a uma causa ou como ação pautada no individualismo (CASTELLS, 2013; CHOUCRI, 2012), na qual o apoio não dependeria de uma identidade comum, mas da construção intelectual e narrativa da causa. Não necessariamente estes processos são excludentes, mas sem dúvida as novas dinâmicas de visibilidade trazidas pela internet teriam influenciado essa flexibilização (BIMBER, 2005), ponto que vamos nos aprofundar ao tratar do ativismo nas mídias sociais.

Existem várias estratégias de publicidade consolidadas de ativismo transnacional, tal como protestos de rua (NORRIS, 2007), *"naming and shaming"* (HAFNER-BURTON, 2008), golpes midiáticos (KECK; SIKKINK, 1999) e uso de celebridades para aumentar a visibilidade de suas causas (RICHEY; PONTE, 2008). A comunicação digital altera a dinâmica na publicidade de causas, de forma a reconfigurá-las de acordo com a nova ecologia de mídia.

Segundo Norris (2007) ações coletivas em manifestações de rua já se tornaram uma forma legítima de demonstrar demandas políticas, verbalizar oposições e desafiar autoridades. O processo de comunicação digital afeta a organização e a visibilidade de protestos públicos, sendo que ações digitais de mobilização são muito mais expressivas quando aliadas a um movimento de ocupação de espaços urbanos, de forma que ambos se reforçam mutuamente (CASTELLS, 2013). Na literatura de ativismo transnacional, a Marcha de Seattle de 1999, protesto antiglobalização articulado através da internet, já se tornou um marco referencial para uma nova maneira de configuração de ativismo.

A estratégia apelidada por Hafner-Burton (2008) de "Naming and shaming" consiste na publicidade por veículos de mídia e organizações internacionais para pressionar o Estado a encerrar às violações de leis e normas de direitos humanos internacionais. A publicidade dessa ação é impactada pela visibilidade conseguida

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

através dos canais digitais dos ativistas, especialmente nas mídias sociais, que passaram a ter mais alcance, assim como a publicação em veículos de mídia alternativa capazes de mobilizar o debate público.

Os resultados dependem da capacidade do Estado em lidar com cada tipo de violação de direitos humanos (HAFNER-BURTON, 2008), sem contar que existem respostas legais, de ação efetiva e diplomáticas que podem ser tomadas de acordo com o interesse político (PAMMENT, 2016). No entanto, existe um impacto na construção de normas internacionais através da construção de um discurso de resistência (NYE, 2010).

Em relação ao uso de celebridades para aumentar a publicidade de certas causas ou discussões políticas internacionais, Richey e Ponte (2008) questionam a profundidade de mudança trazida por certas formas de ativismo pelo consumo, como feito na campanha de venda da linha "red" pelo vocalista do U2, Bono Vox, onde parte dos ganhos são direcionados para pesquisa de combate a AIDS, tuberculose e doenças tropicais. No entanto, os autores não descartam o impacto no debate público em torno dessas doenças com a publicidade introduzidas por personalidades. Quando se trata de visibilidade na internet, a presença de celebridades amplia o alcance das campanhas de ativismo devido a sua enorme rede de seguidores nas mídias sociais, além de sua presença nos veículos de mídia digitais (PAMMENT, 2016).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

3.1.
Cyberpower – ciberespaço, exclusão digital, soberania, soft power

A internet é a expressão atual dos avanços nas tecnologias de informação de um mundo cada vez mais interconectado econômica e socialmente (HELD; MCGREW, 2007), na qual a quebra de fronteiras vai para além de elementos físicos e materiais, sendo incorporado no meio virtual (VIEIRA, 2016). As interações sociais estabelecidas através da internet estabelecem um domínio além dos limites geográficos e soberanos, sendo o ciberespaço um novo ambiente de batalha e anarquia internacional (KASSAB, 2014) delimitado pelo uso de tecnologias digitais (NYE, 2010), criando novas relações de âmbito transnacional e incitando questionamentos sobre as jurisdições geográficas devido aos novos espaços virtuais em que as relações são estabelecidas (VIEIRA, 2016).

Logo, o conceito de ciberespaço torna-se útil, por permitir uma compreensão dos ações e efeitos sociais comuns da rede mundial de computadores, de maneira a abrigar as potencialidades de formação de redes de ativismo (CASTELLS, 2013), de exploração comercial (DEAN, 2012), de segurança, legalidade e diplomacia (PAMMENT, 2016) e de governança e influência (NYE, 2010). No entanto, antes de discutir os efeitos da comunicação digital em diferentes esferas, é preciso definir os limites de alcance global dos espaços de trocas simbólicas que abriga estas esferas: o ciberespaço, no caso da comunicação digital (NYE, 2010). Segundo Nye (2010), não é possível no momento atual considerar o ciberespaço um bem público global, que exigiria uma governança efetiva através de um sistema híbrido de parcerias publico-privadas e não permitiria a exclusão de indivíduos ou organizações.

De acordo com as pesquisas do Pew Research Center sobre o acesso global à internet, iniciadas há 16 anos, a quantidade de pessoas conectadas tem aumentado a cada ano, assim como o uso de smartphones (Pew Research Center, 2015). Por isso, para compreender as assimetrias internacionais de inclusão digital, é importante saber que, atualmente, uma média de 87% dos cidadãos dos países desenvolvidos tem acesso frequente à internet, enquanto apenas 54% dos cidadãos dos países em desenvolvimento possuem esse hábito (Spring 2015 Global Attitudes Survey, Pew Research Center).

Além da questão física do acesso, existe a disparidade educacional no uso pleno das possibilidades de conhecimento e ação promovidas na internet, ou *web literacy*, como aponta o relatório sobre a "saúde" da internet realizada pela desenvolvedora de software aberto Mozilla (2016). Essa organização promove a ideia de empoderamento digital, passando de consumidor a influenciador político:

> Nós precisamos que todos tenham as habilidades para ler, escrever e participar no mundo digital, para que mais pessoas possam deixar de apenas consumir, mas também criar, moldar e defender a Web (Internet Health Report, 2016)

O próprio fato da pesquisa ter sido realizada pela Mozilla, e por isso estar enquadrada em uma campanha da causa em prol da abertura de códigos que compõem a internet, mostra a necessidade de contextualizar socialmente as ações e discursos elaborados por ativistas na rede. Existe um ganho de autonomia dos

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

indivíduos ao obter conhecimentos de programação, além de alcance de aplicações de softwares em setores desprivilegiados com a replicação de códigos, além de fortalecer os desenvolvedores de software livre, que ganham influência através da produção colaborativa de códigos em suas plataformas.

Apesar das assimetrias do alcance internacional na internet, que geram dilemas na expressão de vozes em relação as tomadas de decisão políticas (COLDRY, 2010), o conceito de ciberespaço permite observar os efeitos comuns da comunicação digital em todos os usuários conectados a rede, dentro de seus contextos sociais (COLEMAN; FREELON, 2015). Isso é coerente com a percepção de comunicação digital como o processo decorrente da interação de atores sociais com a tecnologia da internet (CHOUCRI, 2012), além da visão de que o ciberespaço compreende uma miríade de redes que se sobrepõe tornando-o ao mesmo tempo local, nacional, transnacional (VIEIRA, 2016).

Dentre estes atores sociais, a maior parte dos estudos das teorias de relações internacionais ainda adota um enfoque tradicionalista centralizado no papel do Estado e no poder material (CARR, 2009; PAMMENT, 2016). Apesar da internet ter modificado as articulações e ações políticas em redes transnacionais, os Estados ainda detém grande parte das decisões políticas (CHOUCRI, 2012), além do controle geográfico da infraestrutura física da internet por regular servidores, provedores de serviço e regras empresariais das empresas de internet em seus países, sem contar investimento em educação digital (NYE, 2010).

No entanto, a intensificação da conectividade midiática e ampliação da difusão do poder trazidas pela internet geram dilemas de soberania e segurança aos Estados (VIEIRA, 2016). Na internet, é possível ser protegido por anonimato, com recursos de mascaramento de IP e uso de identidades falsas (SORJ; FAUSTO 2016) sem contar as ações fora do espaço comercial da internet conhecido como “deep web” (VIEIRA, 2016). Isso dificulta as ações de defesa de Estados a ataques eletrônicos nos seus sistemas por ciberterrorismo para desabilitá-los ou roubar informações estratégicas (NYE, 2010).

Os departamentos de defesa dos Estados tem desenvolvido novas formas de controle e espionagem de informações eletrônicas utilizando a defesa da sua

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

integridade soberana de evitar ações prejudiciais que coloquem seus cidadãos em risco (PAMMENT, 2016). No entanto, existe um questionamento em relação ao direito de privacidade dos indivíduos monitorados, assim como o limite da soberania dos outros Estados que têm suas informações hackeadas, sem contar na efetividade do uso dessas informações imprecisas para garantir a segurança dos cidadãos (ASSANGE; APPELBAUM; MULLER-MAGUHN; ZIMMERMANN, 2012).

Além disso, existem ataques de influência por bombardeamento de mensagens que podem afetar a percepção pública através de robôs e agentes provocadores profissionais especializados em produzir informações políticas interessadas, que se mascaram como cidadãos comuns devido a dificuldade de verificar identidades na rede (SORJ; FAUSTO, 2016). O exemplo mais polêmico atualmente é das eleições presidenciais norte-americanas, em que se existe a suspeita de uso de robôs nas redes sociais para favorecer o candidato republicano Donald Trump (NYT, 2016).

Os governos também possuem dificuldade em controlar informações por causa do processo de replicação de conteúdos por usuários, fazendo quase impossível apagar conteúdo da internet (MALIN, 2011), ou pelas informações estarem armazenadas em servidores fora das suas áreas geográficas de jurisdição (CHOUCRI, 2012). Existe uma dificuldade em blindar o surgimento de informações confidenciais que o Estado não tenha interesse que venha a público, como no caso do vazamento das correspondências diplomáticas dos Estados Unidos no Wikileaks, que mostrou que a NSA estava monitorando a comunicação de vários países, rompendo a soberania estatal como já foi levantado acima (SANDOVAL-ALMAZAN; GIL-GARCIA, 2014).

Na medida em que o processo de globalização ampliou a participação de atores não-estatais na esfera internacional, este efeito também se nota no ciberespaço, estimulando a busca por novos padrões de governança (CHOUCRI, 2012) tanto no espaço virtual em si quanto nos espaços políticos afetados pelas ações digitais (NYE, 2010). Implementar essas mudanças depende do poder político dos atores no ciberespaço, denominado por Nye (2010) como ciberpower:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

> A habilidade de usar o ciberespaço para criar vantagens e influenciar eventos em outros ambientes operacionais e em todos os instrumentos de poder (Nye, 2010, pag.11)

Para compreender mais profundamente os efeitos da comunicação digital na capacidade de influência dos processos de ativismo transnacional, também consideramos válida a diferenciação entre 'hard' e 'soft' power (NYE, 2010). Enquanto a dimensão material do poder – hard power – pode ser considerada em casos de interferência no acesso aos sistemas ou regulação governamental restritiva em relação à internet, a abordagem de soft power conecta o papel da internet ao poder de influência de práticas discursivas e de mobilização social em torno de causas (NYE, 2010).

Para Nye (2010), conseguir influenciar processos políticos transnacionais de forma não-coercitiva, ou seja, através de soft power, ocorre através do compartilhamento de instituições, práticas governamentais e valores culturais. No caso da internet, o uso da mídia para convencimento público ganha em alcance internacional, expandindo a esfera de embate por influência (Nye, 2010).

O conceito de ciberpower é uma evidência da importância nos estudos da cadeira de Relações Internacionais das disputas de poder, que pode ser entendido como a capacidade de influencia de atores (DAHL, 1961), a determinação de agendas e enfoques políticos (BACHRACH; BARATZ, 1963), a construção de preferências de forma indireta (LUKES, 1974), através de manutenção do status-quo social (BOURDIEU, 1970), ou fator transitório e potencial dependente dos potenciais estabelecidos em cada contexto (FOUCAULT, 1999) inclusive nos processos de comunicação (HABERMAS, 2001).

Como indica VIEIRA (2016), Habermas pode ser visto como um teórico dos novos movimentos sociais, utilizando-se para análise o enquadramento macro histórico das ações coletivas, a associação entre mudanças sociais e formas de conflito, além da interpretação efetivamente cultural de seus objetos. O mesmo é válido para a construção do conceito de ação comunicativa, que coloca o poder na capacidade de moldar e estabelecer processos comunicativos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

No caso do ativismo, o poder comunicativo existe quando os ativistas afetam o debate público, atrelado ao poder de resistência como capacidade de promover informação persuasiva (PIPER, UHLIN, 2004). O poder comunicativo também se manifesta quando a comunicação digital molda os processos de organização e visibilidade da ação coletiva, dentro de uma dinâmica de construção social em que a sociedade molda a tecnologia e vice-versa.

Os níveis de integração e conexão entre atores das relações internacionais é outro pilar de análise na construção teórica da disciplina. Na medida em que o ciberespaço permite inúmeras conexões de redes transnacionais, existe um empoderamento dos atores não tradicionais no ciberdomínio, assim como nas relações internacionais com a intensificação da globalização (VIEIRA, 2016). Della Porta e Tarrow (2005) utilizam o conceito de "complex internacionalization" para indicar a complexidade que essa nova constelações de atores, assim como suas expressões tecnológicas, adicionou ao ambiente das relações internacionais.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

4.
A dinâmica do Ativismo Transnacional e Comunicação Digital

O capítulo anterior explorou a maneira pela qual a intensificação do processo de globalização afeta a configuração dos processos de ativismo no mundo contemporâneo. Foi discutido como os processos de ativismo passaram a ter a capacidade de atingir uma escala transnacional ao se desenvolver por um sistema complexo de conexões em redes, que se orientam ao redor de causas universais, capazes de abrigar identidades políticas diversas na obtenção de ganhos políticos pragmáticos e momentâneos. Essa nova expressão de ativismo tem ganhado força por conseguir se reconfigurar constantemente em relação às mudanças de prioridades políticas e de adversários, sendo a base da política de protesto da sociedade civil por se adequar mais ao cenário político atual que os movimentos sociais tradicionais, que possuem organização hierárquica e afiliação calcada na afinidade ideológica.

Além disso, o ativismo transnacional ampliou o processo de engajamento político para além das esferas tradicionais de participação no Estado, direcionando suas demandas a empresas multinacionais, organizações e regimes internacionais (HELD & MCGREW, 2007). A ampliação ocorre também no estabelecimento de redes internacionais de ativismo, que ao estabelecer sistemas de cooperação para comunicação e ação conjunta determinam normas de comportamento político (NYE, 2010)

Por isso, o objetivo deste capítulo é analisar com mais detalhes como se constitui a dinâmica entre os processos de comunicação digital e os processos de ativismo transnacional, na medida em que a comunicação é fundamental para a troca de informações entre ativistas e a visibilidade das reivindicações politicas de suas causas, além de influenciar na maneira em que a realidade social como um todo se compõe. Existe uma dinâmica entre a maneira de se pensar e agir politicamente e as formas de comunicação disponíveis, de forma que as causas e a organização dos movimentos de ativismo dependem dos processos de comunicação, assim como as formas de se comunicar se modificam de acordo com as ações e necessidades dos ativistas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Como indicamos neste trabalho, o debate na literatura de comunicação digital e ativismo transnacional também se orienta no tradicional debate da relação entre ativismo e democracia explorado no primeiro capítulo: existem autores que possuem uma visão mais economicista, em que o papel da comunicação é instrumental na redução dos custos reais e potenciais de participação política (VAN LAER & VAN AELST, 2010), que não necessariamente se concretiza como mudança na realidade politica (PAMMENT, 2016; DEAN, 2010); enquanto isso, outros autores adotam uma visão referente aos estudos de psicologia social na qual a comunicação constrói a realidade social e a identidade política (CASTELLS, 2013; BENNETT, 2003), inclusive através de uma disputa na visibilidade de discursos na esfera pública (COLDRY, 2010, DAHLGREN, 2011).

Este capítulo vai explorar as duas dimensões deste debate, porém defendendo a percepção da comunicação como elemento dinâmico constituinte da realidade social. Isso não quer dizer que não seja possível perceber um ganho de facilidade de participação em processos de ativismo e de eficiência de seus processos graças a instrumentalização da comunicação digital. Apenas aponta que a construção da identidade e dos processos políticos depende dos processos comunicativos, e vice-versa.

Inclusive, os padrões de participação individual aparentam estar sendo afetados pelas redes de comunicação conectadas por *hyperlinks* que permitem aos indivíduos encontrar vários pontos de entrada nas variadas formas de ação política. Sem contar que a redundância dos canais de comunicação em várias redes de ativismo acabam gerando uma certa perenidade organizacional ao redor de uma causa mesmo que ocorra uma mudança nas lideranças ou no foco das ações, objetivos e eventos (BENNETT, 2003). E, finalmente, será discutido como a descentralização da produção de mídia com ferramentas abertas de edição e processos de apropriação cultural, além do consumo de informação por redes personalizadas por interesses individuais, estão afetando os processos de ativismo (JENKINGS, 2006).

Obviamente, além dos avanços trazidos pela comunicação digital, também é necessário observar suas limitações em termos de efeitos políticos concretos nas

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

tomadas de decisão (PAMMENT, 2016), na continuidade de defesa de causas políticas e na educação e inclusão digital (NORRIS, 2001). Os enquadramentos das narrativas alternativas que surgem na nova ecologia de mídia devem ser igualmente observados para entender o grau de mudanças de normas políticas (PRUDENCIO, 2009). Também é preciso entender a cooptação de movimentos ativistas por empresas, celebridades e governos que capitalizam com ganho de imagem mas não estabelecem mudanças concretas para atender as demandas da sociedade civil (PAMMENT, 2016). E, por fim, entender se os ativistas se contentam em agir apenas digitalmente, mas não participam mais efetivamente da vida política (DEAN, 2010).

4.1.
Ativismo e mídia – as dimensões do debate público

Existe um relacionamento muito próximo entre ativismo e mídia por causa da dimensão de publicidade das ações de ativismo, que além de buscar mudanças políticas e comportamentais diretas, visam influenciar a população em adotar sua causa e promover mudanças na realidade política (CAMMAERTS, 2007). De acordo com Cammaerts (2007), a mídia de massa possui um papel fundamental em permitir uma comunicação das causas e ações de ativismo para além do público já simpatizante ou interessado. O cientista político Raschke chegou a declarar que um movimento que não aparece na mídia não existe, para ressaltar a importância da publicidade das ações de ativismo (apud RUCHT, 2007).

Como Bennett (2003) coloca, não é possível generalizar o papel da mídia em relação a processos de ativismo, já que diferentes épocas e contextos políticos são caracterizados por diferente padrões de mídia. Por isso, a mudança na ecologia de mídia com o advento da internet mudou os parâmetros de disputa por publicidade na esfera pública, criando potencialidades de comunicação em massa além dos canais tradicionais de televisão, jornal, rádio e cinema com a criação de canais alternativos, além de permitir maior influência na determinação dos assuntos tratados por essas mídias, e divulgar perspectivas alternativas e prover informações complementares sobre a cobertura da grande mídia (BENNETT, 2003).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Dentro dessa nova realidade de ecologia de mídia, vale ressaltar que a publicidade de ações e causas de ativismo variam de acordo com as estratégias de comunicação pública e formas de organização destes movimentos (MCLAGAN, 2003 APUD BRINGEL, 2014). De acordo com McLagan (APUD BRINGEL, 2014), os movimentos de ativismo transnacional estão criando uma nova forma de ativismo midiático para garantir sua publicidade, não apenas no conteúdo utilizado em suas campanhas - imagens emblemáticas e celebridades mas adotando peças impressas, fotográficas, filmes, produtos digitais como sites, memes, cd-roms, blogs – mas na forma de produzir e distribuir esse material midiático.

Ela cita que os ativistas em Direitos Humanos estão criando canais de publicidade para distribuir seus conteúdos para diversos nichos de público, seja governos, salas de aula ou organizações internacionais. Por exemplo, realizam o Festival de Cinema Internacional de Direitos Humanos, além de terem criado plataformas de treinamento em estratégias de mídia como o website Spin Project[1] para dar suporte a outros ativistas. Essa criação de canais mostra a independência dos movimentos de ativismo em relação aos canais de mídias, com a criação de novos espaços de publicidade.

Essa lógica de criação de espaço de publicidade também se verifica de maneira mais localizada no ambiente digital, com a criação de uma esfera pública ao redor de causas baseada em micro mídias como listas de e-mails, e em mídias médias como blogs, sites de organizações especializadas, fóruns e mídias alternativas (BENNETT, 2003). Dessa forma, existe uma troca de informação independente do processo de agenda-setting e enquadramento das grandes mídias, já que esses processos são enfraquecidos quando existe a presença de informações conflitantes de fontes vistas como confiáveis pelo público, como no caso de ativistas com reputação consolidada (BORTREE, 2010).

Além disso, o aumento da capacidade técnica dos ativistas de reportar sobre suas próprias ações gerou um aumento significativo dos registros de eventos públicos nessas esferas alternativas, que também permitem a coordenação dos

[1] www.spinproject.org

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

ativistas entre si durante as ações de protesto, até mesmo em momentos caóticos (RHEINGOLD, 2002).

Mais do que apenas servir como alternativas de comunicação, as esferas públicas especializadas da internet estão permeando o sistema de mídia como um todo e afetando a maneira como a mídia tradicional produz seu conteúdo. De acordo com Bennett (2003), jornalistas estão buscando ideias e informações para suas reportagens em fontes da internet, criando um fluxo de informação das mídias setoriais às mídias de massa, alterando os padrões de agenda-setting.

No entanto, a disputa na esfera pública não se resume à visibilidade das causas e ações de ativismo, mas também na maneira em que as interpretações sobre os acontecimentos e informações estão sendo realizadas. Por isso, deve se considerar que a possibilidade de comunicar em canais alternativos pelos ativistas traz um ganho em termo dos enquadramentos da sua cobertura na mídia, na medida em que nem sempre o viés publicado pela mídia de massa é favorável (PRUDENCIO, 2009).

Bennett (2003) indica que a cobertura da mídia tradicional trata de forma positiva as campanhas a favor de causas universalistas, como direitos humanos e meio ambiente, ou de questões de política de identidade, como combate ao racismo ou defesa dos direitos dos homossexuais. Já ações de protesto com ocupação do espaço público costumam a ser reportadas de forma negativa, muitas vezes generalizando episódios de violência como a totalidade do evento (SILVA ORG., 2014).

No entanto, o enquadramento das ações de ativismo pela grande mídia vai variar de caso-a-caso, dependendo de como as estratégias de comunicação dos ativistas interagem com os processos de controle de informação da mídia de massa (GAMSON, 2001). Gitlin (1981) indica que movimentos com lideranças definidas e mensagens simples são mais adequados ao tipo de cobertura da grande mídia.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

4.2.
A comunicação digital na expansão do espaço de ativismo e na reconfiguração de causas

Além dos efeitos da comunicação digital na dimensão de publicidade midiática dos processos de ativismo, existe um impacto na forma de organizar os movimentos de ativismo transnacional em termos de escala (TARROW, 1998). Essa visão indica que o incremento de escala de participantes em um processo de ativismo depende de mecanismos de relacionamento tais como: criar conexões sociais entre locais desconexos de protesto; transferir informações entre essas conexões e promover identificação mútua através de similaridades. Essas ações normalmente seriam realizadas face-a-face, mas isso é inviável nas dimensões do ativismo transnacional, de forma que ocorrem de forma adicional através de redes de comunicação digital (BENNETT, 2003).

Estes novos relacionamentos em rede digitais possibilitam um fluxo contínuo de ações de protesto de forma transnacional, ou contra alvos transnacionais. Isso pode ser visto com eventos simultâneos de ocupação das ruas, como a Marcha do Clima em 2014, que ocorreu em mais 156 países reunindo cerca de 600 mil pessoas (BBC, 2014). Ou na sequência de protestos antiglobalização que ocorreu a partir da Batalha de Seattle (BENNETT, 2003). Isso é possível porque a comunicação digital é rápida e barata, tornando os esforços de mobilização em torno das ações de ativismo mais efetivos.

Graças ao sucesso deste tipo de ação coordenada de forma veloz e eficiente através da web, Tilly e Tarrow (2015) apontam que o número de dias globais de ação aparenta estar crescendo como tática de ativistas transnacionais. Graças as suas conexões através da internet, ativistas não precisam estar no mesmo ambiente geográfico para reivindicar pela mesma causa, mas têm ganhos no alcance de suas mobilizações.

Ao reunir um número mais amplo e heterogêneo de participantes, os processos de ativismo internacional apresentam mudanças em relação à identificação dos ativistas com as ações por afetar a configuração de suas causas. As causas são expressas em um discurso comum que define a validade da ação que deve ser reconhecido e apoiado pelos ativistas. Essa geração de identidade é

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

reforçada pelas características da comunicação digital, que possui a mesma horizontalidade, flexibilidade e potencial de personalização que as identidades pós-modernas dos ativistas contemporâneos.

A identidade pós-moderna é explicada por teóricos como Giddens (1991) e Bauman (1992) como uma construção pessoal permanente, que é organizada e expressada por estilos de vida e narrativas pessoais. A construção individual da própria narrativa substitui o processo de identificação através de padrões sociais coletivos. Dessa forma, as relações interpessoais baseadas nessas narrativas substituem as instituições hierárquicas como forma de reconhecimento social em uma coletividade, consolidando uma sociedade em rede (CASTELLS, 2013). Assim, os relacionamentos políticos são estabelecidos por redes de afinidade baseados nos repertórios dessas narrativas (BENNETT, 2003).

Castells (2013) documentou como essas formas de identificação pessoal ganham força através das diversas capacidades organizacionais da internet, além de permitirem o engajamento de indivíduos com valores e ideologias diversas ao redor de um mesmo processo de ativismo. Isso seria possível porque as causas são definidas de maneira ampla, genérica e universalista, de forma a incorporar as diversas demandas políticas personalizadas dos indivíduos pós-modernos.

Além disso, não é preciso um processo de filiação a uma organização, ou adoção ideológica de um projeto, mas apenas o apoio a causa para promover mudança. Por exemplo, a causa do Occupy Wall Street de promover a justiça econômica através do slogan “Somos os 99%” permitiu que demandas por emprego ou melhores serviços públicos fossem possíveis dentro de uma mesma causa. Estes discursos generalistas permitem que os indivíduos possam refletir suas narrativas dentro das causas ativistas, e através da coletividade dos atos de protesto pressionar por mudanças políticas e sociais (CASTELLS, 2013).

Essas causas genéricas acabam formando campanhas permanentes, definidas por Bennett (2003) como uma forma de organização capaz de estabelecer identificações politicas em ambientes pós-modernos. Mais do que comunicar mensagens politicas e propor mudanças, essas campanhas sustentam as redes de ativismo na ausência de organizações de liderança por causa de sua capacidade de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

mobilização e construção de redes. Esse tipo de organização pode ser notado atualmente ao redor de diversas causas de ativismo transnacional, como meio ambiente e direitos humanos. Isso não quer dizer que os objetivos de cada ato de ativismo não mudem, ao contrário, as campanhas sustentam as mudanças de propósitos e de antagonistas políticos.

No entanto, este processo de organização fluida do ativismo transnacional baseado em comunicação digital está sempre balanceando suas forças com suas vulnerabilidades. O fato das redes serem fracas ideologicamente pode reduzir os conflitos associados à entrada de novos participantes, mas também podem gerar contradições intelectuais que enfraquecem a capacidade de mudança do movimento, já que seu propósito pode não estar claramente definido. Sem contar que este tipo de organização baseada em laços fracos é instável, e pode se descaracterizar completamente de tornando outro movimento, mas também podendo se reconfigurar após uma derrota política.

A organização do ativismo transnacional em redes também traz desafios em relação ao controle das campanhas ou no estabelecimento de enquadramentos de identidade coletivas coerentes, já que existe uma maior facilidade de entrar e sair de movimentos que abrigam várias questões politicas dentro do mesmo enquadramento. Como as organizações possuem estruturas mais horizontalizadas de poder, sua organização e até mesmo as causas que defendem podem se modificar bastante de acordo com os fluxos de participação através dessas redes.

Para os autores como Olson (1965) e Downs (1957), mencionados no primeiro capítulo, que privilegiam a ideia de que a participação nas ações de ativismo político depende de cálculos dos indivíduos em relação aos custos dispensados e às vantagens obtidas no processo, a internet é vista como uma forma de reduzir os custos transacionais na organização, mobilização e participação de ações coletivas transnacionais. Isso ocorre porque a arquitetura global da internet permite a colaboração e participação além das restrições de espaço e tempo do ambiente off-line, além de propagar as informações com grande alcance por ser um meio de comunicação horizontal com multiplicidades de conexões.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Através das mídias digitais, os ativistas podem coordenar as ações de protesto antes e durante os eventos de forma rápida e barata aos interessados em suas causas. Isso ocorre tanto nas publicações abertas nos websites e redes sociais dos ativistas e de veículos de mídia independentes, quanto através de mensagens privadas por aplicativos de mensagem via web disponível em celulares. E isso reduz o custo das trocas de informação, além de possibilitar a defesa dos ativistas contra repressão das autoridades locais, especialmente se estiverem atuando de forma ilegal (VIEIRA, 2016).

Outra redução está relacionada ao alcance potencial que as redes de ativismo atingem ao se conectar mais facilmente com outros ativistas com a mesma causa ou objetivo político, aumentando a visibilidade de suas causas. A concretização deste alcance depende do contexto político e deve ser analisada caso a caso, mas sem dúvida a manutenção de parcerias transnacionais é mais fácil com os mecanismos digitais por causa de seu custo muito mais baixo que as formas de troca de informação dos meios de comunicação tradicionais.

Vieira (2016) faz um resumo do impacto da comunicação digital nas formas tradicionais de ação do ativismo transnacional, na configuração de sua causa, formalidade da sua estrutura de organização, além dos modos de engajamento, planejamento e execução da ação. A influência da comunicação digital no ativismo estaria instrumentalizada de acordo com o quadro a seguir, que indica como impactam em cada elemento constituidor do ativismo, sistematizando a discussão que foi realizada nessa seção.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

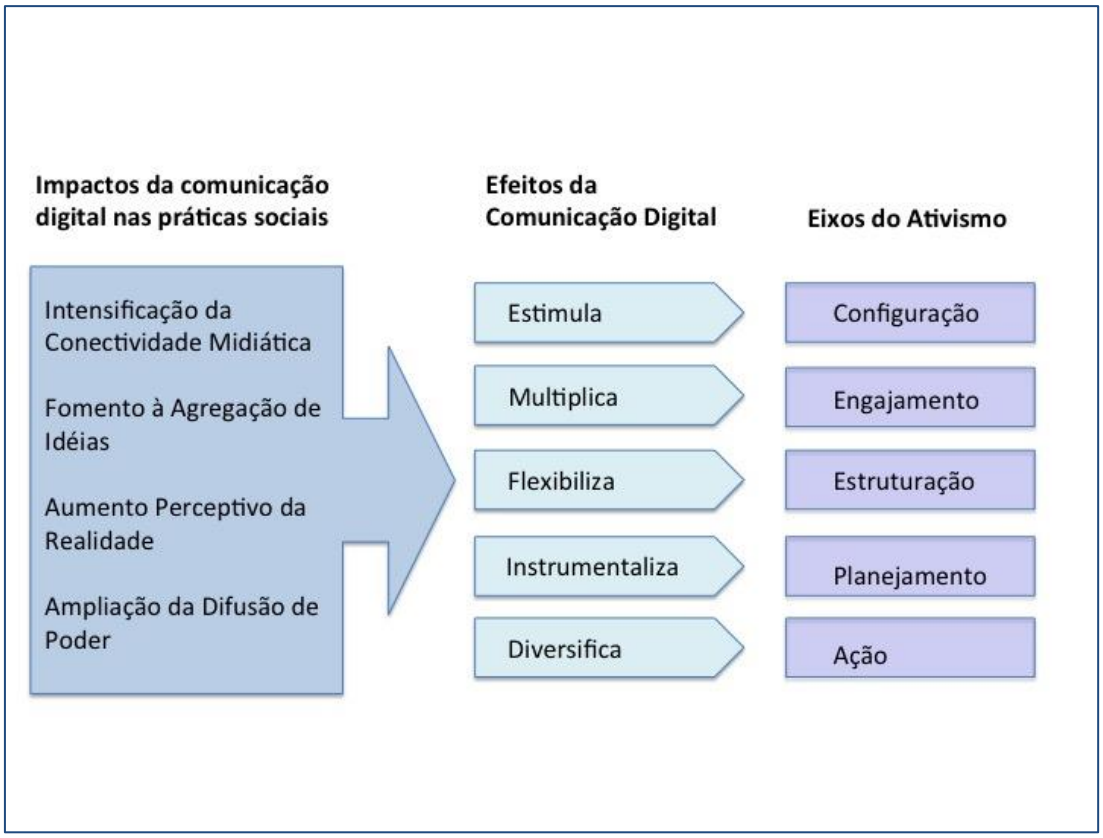

Gráfico 1. Fonte: VIEIRA, 2016, p.133

No entanto, essa sistematização, apesar de facilitar o entendimento da dinâmica entre comunicação digital e ativismo transnacional, pode trazer um falso entendimento de causa e efeito, quando na verdade este processo é dinâmico e inserido na realidade social como um todo. Mesmo assim, explicita as principais questões que envolvem o ativismo transnacional, e prepara para o entendimento da diferença nas ações estritamente digitais de ativismo em relação às ações tradicionais.

4.3. As ações digitais de ativismo

Existe uma influência mútua entre a estruturação da comunicação digital na internet e a configuração de ações de ativismo transnacional. Além de facilitar os processos de ativismo, as mídias digitais também possibilitam a criação de novos modos de ação coletiva ao possibilitar novas formas exclusivamente online de ações de protesto, expandido o repertório dos movimentos de ativismo (Van Laer; Van Aelst, 2010).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

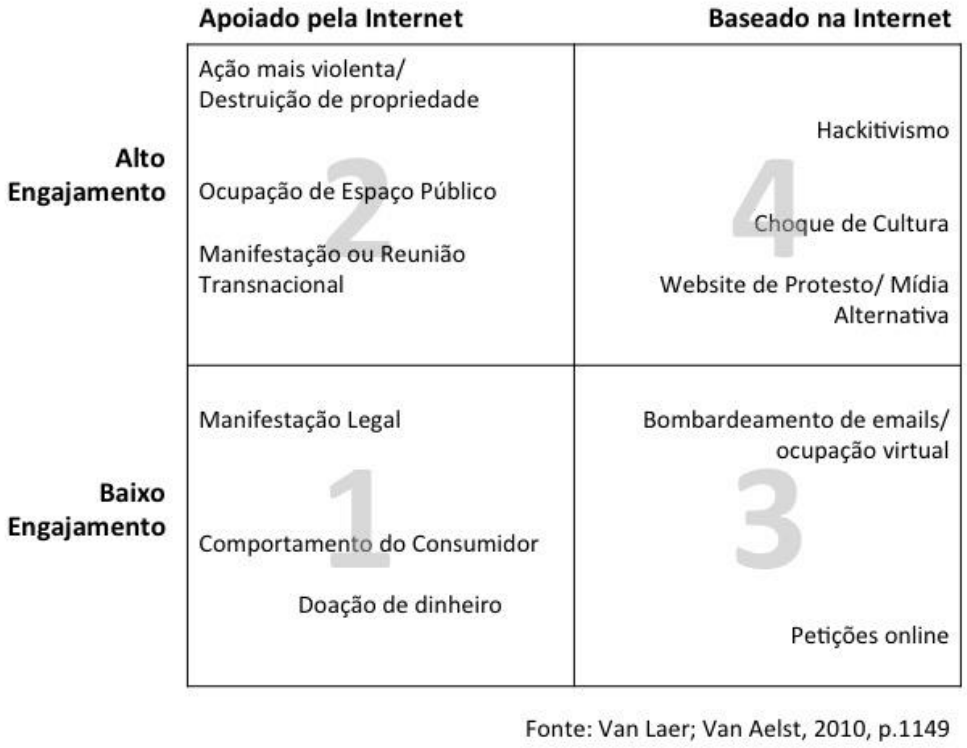

Gráfico 2 – A tipologia do repertório de novas ações de ativismo digitalizadas.

Os repertórios tradicionais dispostos no gráfico 2, e que já foram citados anteriormente na discussão sobre as motivações para engajamento político em processos de ativismo, costumam a estar direcionados ao Estado no ativismo tradicional, mas são ampliados para empresas e organizações internacionais no ativismo transnacional. O gráfico 2 também apresenta os tipos de ação de ativismo que têm suas expressões no ambiente digital, e que são mais relacionados aos processos de ativismo transnacional. De acordo com Van Laer e Van Aelst (2010), é possível classificar os atos em nível de engajamento, de acordo com os custos em termos de tempo e esforço que os ativistas precisam ter para participar.

Essa análise está baseada nas teorias de influência economicista, de maneira a levantar o debate sobre o que é capaz de mobilizar indivíduos a participar de ações de protesto. Como já discutimos, existe uma boa dimensão de análise dos recursos disponíveis em determinado contexto sociopolítico, justificando o fato de elites participarem mais da vida politica por disporem de mais recursos econômicos, educacionais e de tempo. Ao mesmo tempo, esta visão é limitada por não considerar outros aspectos sociais e culturais nos processos de protesto, como

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

valores e senso de comunidade, além de focar excessivamente na ação individual.

No entanto, é interessante avaliar os diversos tipos de expressões online dos processos de ativismo, indo além da análise da transformação dos processos tradicionais e perceber as novas formas de ação como petições online, choque cultural digital, bombardeamento de e-mails e ocupações virtuais, além de sites de protesto e de mídia alternativa e ativismo hacker. Para entender como estas ações online se estruturam, vamos apresentar suas definições e características a seguir

As petições online são a forma mais difundida de ação de protesto online de acordo com um estudo de Della Porta e Mosca (2006). Apesar de os processos de petições já serem atividades comuns em democracias consolidadas para mobilizar governantes na discussão de questões políticas de interesse público, as petições online não são apenas a expressão digital destes processos. De acordo com Earl (2006), existem sites especializados em realizar petições online como Move.org, Avaaz, Change.org, 38Degrees que se configuram como movimentos ativistas por causa da sua capacidade de mobilização online, de forma a serem gerados na internet. A partir das petições online que os membros dessas organizações organizam outras formas de pressão política, como lobbies, contatos com governantes e ações midiáticas.

Da mesma maneira que as petições tradicionais, as petições online são capazes de promover o debate público de determinadas questões políticas, assim ser uma via de expressão das preferências políticas dos cidadãos. Por isso, pode ser considerada uma forma de engajamento político. Vale diferenciar a definição de engajamento político e de engajamento nas mídias sociais, já que o termo é usado tanto pela literatura de ciência politica quanto de estudos de comunicação digital com uma leve diferenciação. Engajamento político é definido por Norris (2000) como o acompanhamento de noticias de assuntos públicos, participação política ao menos através do voto e confiança no sistema político para gerar soluções para problemas coletivos. Já engajamento em mídias sociais está relacionado à interação dos usuários destas mídias com conteúdos publicados nestes ambientes (KLENK; PRUDENCIO, 2016).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Quando as petições expressam a preferência popular em relação à tomada de decisão de um ator não-estatal, não importa a nacionalidade do indivíduo que está assinando o manifesto que compõe a petição. Porém, no caso da tomada de decisão de governos, ainda existe um limite na validade da petição para mudança de uma ação estatal, na medida em que o corpo político deve servir ao seu eleitorado e não necessariamente aos interesses dos cidadãos do mundo. Claro que essa limitação formal do Estado ocorre quando existem legislações de acatar petições como pauta de discussão pelo corpo político, como no caso do Reino Unido. De forma mais indireta, como expressão de normas políticas, o apoio da comunidade internacional ainda é capaz de influenciar as decisões governamentais da mesma maneira que afeta as corporações, organizações internacionais e organizações não-governamentais (MARGETTS et al., 2011).

Vale ressaltar o papel das mídias sociais em um processo análogo ao de petição online, já que eventos, páginas e grupos no Facebook podem ser elaborados em favor ou contra a uma causa particular. É possível convidar outros usuários a participar dessas ações no Facebook, como se estivessem assinando em apoio, já que essas ações são públicas na plataforma (VAN LAER; VAN AELST, 2010).

Uma ação digital semelhante ao processo de se criar páginas no Facebook ou petições online é o desenvolvimento de websites de protesto. Diferentemente dos websites que publicizam e dão informações sobre uma determinada causa, os websites de protesto existem de forma autônoma como forma de mobilização por uma causa, normalmente para protestar contra a ação de uma empresa ou do governo. Isso implica a coordenação do protesto no mundo off-line é gerada a partir destes websites, mostrando uma diferença na forma de organização do ativismo. Um exemplo foi a campanha McSpotlight contra a empresa de fast-food MacDonald's, que criou um website para questionar as práticas sociais e ambientais da empresa. Mesmo que o McDonald's tenha conseguido legalmente que o website fosse retirado do ar, por questionar a validade das informações veiculadas, outros websites 'espelhos'- ou seja, com a mesma informação e formato foram criados em diversos países tornando impossível em termos de custo e de logística uma ação legal coordenada pela a empresa para retirar essa informação da internet (VAN LAER; VAN AELST, 2010).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Outra expressão dos websites de protesto são os veículos de mídia independente, que são formas de ativismo midiático (PRUDENCIO, 2009). Através da produção independente de mídia, estes websites são capazes de romper o controle de informação dos sistemas de mídia tradicional, e por isso podem ser considerados uma forma de ativismo. Prudêncio (2009) vai indicar que existem dois tipos de perfil para este processo de ativismo: os ativistas de mídia e os jornativistas. Os ativistas de mídia produzem websites que funcionam como serviços de informação especializados para dar suporte a redes de ativismo ao redor de uma causa ou ideologia, utilizando uma linguagem militante para possibilitar a criação de um público específico – como websites de defesa da bandeira socialista, por exemplo. Já os jornativistas buscam prover informação que tende a ser suprimida pelos meios de comunicação estabelecidos de forma mais geral, usando o formato e a linguagem jornalística para obter mais credibilidade e interferir pragmaticamente nos rumos das decisões políticas (PRUDENCIO, 2009, p.100).

Segundo a autora (PRUDENCIO, 2009), é preciso considerar que a mídia ativista não apresenta homogeneidade. A diferença está na concepção do trabalho de contrainformação. Para os ativistas de mídia, o conteúdo prevalece sobre a forma e, para os jornativistas, é a forma que antecede o conteúdo. Por isso, é possível perceber que existem divergências entre os ativistas sobre o melhor uso da internet como espaço de comunicação para os movimentos sociais (PRUDENCIO, 2009, p.101).

Apesar das divergências, existe uma multiplicação dos websites de ativismo midiático na internet (KIDD, 2003), de maneira a exemplificar o tipo de movimento fluido de ativismo transnacional que se orienta ao redor de uma causa. Segundo Van Laer e Van Aeslt (2010), as ideias ao redor deste processo de ativismo midiático são similares às propostas do movimento de software livre, na medida em que ambos pregam o direito livre a informação. Além disso, existe uma afinidade com os movimentos por justiça global, que também acreditam no direito à informação e na transparência dos processos políticos. Essas semelhanças são um bom exemplo de como as ações de ativismo transnacional podem se fortalecer em redes através de pontos de confluência politica nas suas causas, mas ao mesmo tempo se diferenciarem entre si.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Uma outra forma de ativismo digital que atua contra o monopólio das informações e na disputa de significados sobre a realidade social é o processo de choque de cultura digital. Segundo Stolle e Micheletti (2005), o termo 'choque de cultura' foi adotado para explicar as ações de ressignificação de imagens, logos e slogans de corporações realizados por ativistas como maneira de questionar a atuação dessas instituições de maneira lúdica, irônica e artística. As técnicas usadas são de apropriação, colagem, inversão irônica, grafite e justaposição expressas digitalmente em websites de protesto, ocupações virtuais, sites de redes sociais ou websites 'falsos' que tomam o lugar do website oficial da empresa através de uma ação hacker. Apesar deste processo ter se iniciado antes e fora do ambiente digital – basta pensar nos grafites do Banksy, por exemplo (DELAURE; FINK; DERY, 2017) - o processo de choque cultural digital se configura de forma diversa ao tradicional por causa da co-criação possível através da web na geração de produtos digitais como memes (JENKINGS, 2006).

Outra forma de ação de protesto digital é o bombardeamento de e-mails, que consiste no envio de milhares de e-mails para "derrubar"- ou seja, impossibilitar o uso – de uma conta especifica do alvo politico, que pode ser uma empresa ou algum membro do governo. A ocupação virtual consiste em estratégia semelhante, na qual milhares de usuários entram ao mesmo tempo em um mesmo site para derrubar o servidor. Essas ações mais disruptivas podem ser consideradas como hackitivismo ou ativismo hacker (JORDAN; TAYLOR, 2004), mas em um nível ainda básico devido à facilidade de se promover, já que conta com o poder coletivo de pessoas que não precisam ter grande conhecimento ou recursos digitais.

No entanto, essas ações para derrubar sites e endereços de e-mails também podem ser realizadas através de 'robôs' – ou seja, programações que criam sistemas autônomos de ação digital. Este tipo de automação exige mais conhecimento digital, sendo promovidas por ativistas hackers capazes de também mudar as configurações de sites para substituir seu conteúdo por mensagens de protesto – como no caso do Anonymous, o grupo libertário que prega por transparência politica total através de ações na internet e que já *hackeou* sites do Agência Federal de Investigação (FBI) dos Estados Unidos e da CNN

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

(TROITTIER; FUCHS, 2014). As ações de hackivismo também incluem o ataque com vírus, codificações que impedem o uso de servidores e websites.

Como a maioria das ações dos hackers são ilegais, existe uma dupla interpretação sobre o seu papel como forma de ativismo, desobediência civil ou ciberterrorismo (VIEIRA, 2016). Claramente existe um custo mais alto em realizar essas ações, por causa da possibilidade de se sofrer penalizações legais (VAN LAER; VAN AELST, 2010). De certa forma, essa discussão é análoga ao uso da violência por ativistas, já que também visa estabelecer um limite ao que se constitui ativismo e no nível de danos que podem ser causados em nome de uma causa. No entanto, neste caso o dano é material e não impacta diretamente a integridade física das pessoas, podendo ser relativizada como não violenta por parte dos hackers (KRAAP, 2005).

Essa distinção entre os tipos de ação como exclusivas da internet, ou facilitadas pela internet, apesar de ser eficiente para uma análise dos resultados dos esforços dos ativistas e das mudanças do ativismo ao longo da história, não é completamente fiel à realidade na medida em que a esfera política é permeada por manifestações online e off-line que interagem de forma dinâmica. De acordo com Bimber e Flanagan (2005), a interdependência é tanta de forma que é impossível de diferenciar o mundo online do off-line. No entanto, é possível identificar uma camada adicional de ações de ativismo e das expressões das ações tradicionais na internet que merece ser analisada.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

4.4. As limitações dos processos de ativismo transnacional na internet

Após explorar as vantagens que a dinâmica de configuração do ativismo transnacional possui com os mecanismos de comunicação digital na internet, é necessário observar também as limitações que acompanham as novas potencialidades trazidas pela web em geral, e das plataformas de mídias sociais em particular. Afinal, a análise das informações digitais busca exatamente um entendimento de uma perspectiva geral do ativismo transnacional para poder melhorar seu desempenho dentro e fora da web.

Existe o dilema clássico de inclusão digital e sua expressão estendida de desigualdade de educação digital (NORRIS, 2001). Também é preciso entender a questão da visibilidade dos assuntos políticos e das vozes dos ativistas (COULDRY, 2003), que podem passar despercebidas no grande volume de informações da web e nos processos de bolhas de informação, ou por causa da falta de recursos de publicidade online (DEAN, 2010). Por fim, a facilidade de atuação pela internet pode estar tomando espaço de ações mais expressivas de ativismo fora da web, dando uma falsa impressão que atuar digitalmente é suficiente para mudar a realidade política, dilema apelidado de 'clickativismo', ativismo de café ou 'slacktivism' (CHRISTENSEN, 2011).

O termo inclusão digital se refere à desigualdade de acesso à internet da população de países em desenvolvimento e desenvolvidos (NORRIS, 2001). Existe uma diferença em termos de cobertura e qualidade do acesso à internet em ambientes públicos e domicílios dentre os diversos países do mundo, fazendo com que a possibilidade de estabelecer redes transnacional de colaboração, assim como a obtenção de informações alternativas e a publicidade de ações de ativismo de países com menor inclusão digital seja mais limitada. De acordo com uma pesquisa[2] realizada pela organização We Are Social com parceria ao site de métricas Hootsuite em 2016, uma média de 50% da população possui acesso à internet, e 37% possui acesso a mídias sociais. No entanto, existe uma diferença significativa de acesso à internet por 88% da população na América do Norte em relação a apenas 29% na África.

No entanto, o acesso à internet está aumentando através dos aparelhos de telefonia celular, fazendo com que o crescimento de acesso anual da população mundial à internet continue crescendo cerca de 10% ao ano, além desse acesso estar permitindo uma melhoria na velocidade de transmissão de dados das conexões à internet ao redor do mundo (WEARESOCIAL, 2017). Além disso, o estudo indica que o acesso pelos telefones celulares está acelerando o processo de inclusão digital em países em desenvolvimento.

[2] https://wearesocial.com/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Este processo de inclusão digital também é impactado pelo controle governamental realizado ao acesso à internet. Regimes ditatoriais, como da Coréia do Norte por exemplo, restringem o acesso de informações da internet a seus cidadãos (BENNETT, 2003). Além disso, em momentos de crise governamental, estes regimes tendem a bloquear sites de mídias sociais e a perseguir ativistas políticos, dificultando os processos de mobilização dos ativistas, como visto durante os protestos no Irã (MOROZOV, 2011).

Mesmo que a capacidade de se conectar à internet esteja se tornando menos desigual ao longo do tempo, o impacto social positivo de acessar a rede vai depender de como os usuários estão utilizando as possibilidades da rede. Por isso, também é necessário considerar o nível de educação digital da população para entender as potencialidades de ativismo transnacional de acordo com a forma como as pessoas consomem informação pela internet, além de também serem capazes de produzir conteúdo e modificar sua estrutura de funcionamento através de linguagem de programação (MOZILLA FOUNDATION, 2017).

Apenas uma elite participa de processos de ativismo na internet de acordo com pesquisas sobre o consumo de notícias online (GIL DE ZUNIGA, JUNG, VALENZUELA; 2012), de engajamento em ações de participação política (AMARAL, 2011 apud AVRITZER, 2007) e de conversas politicas na internet (STROMER-GALLEY; WICHOWSKI, 2004). Vale a pena colocar que as mesmas restrições de nível de renda e educacional que restringiam a participação política nas pesquisas realizadas sobre a qualidade da democracia nos anos sessenta, indicadas no primeiro capítulo deste trabalho, também se expressam no ambiente digital (AMARAL, 2011, APUD AVRITZER, 2007). Isso mostra que a discussão sobre como promover a motivação politica ainda está apresentando os mesmos dilemas tradicionais

Além disso, o nível educacional de entendimento das potencialidades políticas da internet vai determinar não apenas as formas de atuar através da web, mas também o interesse em obter informações que ajudam na compreensão de questões políticas e sociais. Norris (2001) coloca esse tipo de interesse como fundamental para o exercício da democracia, revitalizando a discussão sobre as motivações para participar da vida política ao ambiente digital.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Vale ressaltar que ainda existe uma predominância de acesso e confiabilidade a sites de noticia relacionados à mídia tradicional tanto nos Estados-Unidos (PEW RESEARCH CENTER, 2011)[3] quanto no Brasil (PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA, 2015)[4]. Nos Estados Unidos, os usuários da web indicam que utilizam na sua maior parte portais de notícia e sites de televisão para obter informações, 56%, em relação a de sites de organizações ativistas, 30% – sejam blogs ou sites institucionais ou de veículos de mídia alternativa. Isso mostra que apesar de existir um potencial de horizontalidade, os hábitos de consumo de informação ainda estão orientados aos veículos de comunicação de massa. No Brasil, também existe mais consumo de informação através da mídia tradicional do que da internet, além de uma confiança maior em fontes de informação provenientes de jornais impressos (PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA, 2015)..

A relação do consumo de informações alternativas pelos cidadãos está atrelada ao potencial de visibilidade que o discurso dos ativistas possui na internet. A disputa por atenção online – também denominada como voz por Couldry (2010) - é importante para os processos de ativismo influenciarem o debate público e promoverem o engajamento em suas causas. Existe um potencial horizontal da internet e das mídias sociais em ampliar a visibilidade de ativistas, como visto em grandes eventos de ocupação pública que mobilizaram a agenda e reinterpretaram as coberturas da mídia de massa através de um grande fluxo de imagens e narrativas ativistas nas mídias sociais e veículos alternativos (MCCOSKER, 2015). No entanto, McCosker (2015) indica que existe uma dificuldade maior na visibilidade de causas e ações de ativismo mais subalternas, de maneira que o dilema de se obter visibilidade ainda é vital nos parâmetros e contornos dos processos de participação política (DAHLGREEN, 2011).

Parte deste dilema é a formação de bolhas de informação, caracterizadas pelo interesse dos indivíduos em apenas buscar as informações que reforçam suas crenças, e pelas estruturas de mídias sociais, em que os algoritmos utilizam padrões de comportamento - como curtir, por exemplo - para exibir conteúdo

[3] http://www.pewinternet.org/2011/03/24/trends-to-watch-news-and-information-consumption/

[4] http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

relacionado às afinidades dos usuários (MCCOSKER, 2015). Essas bolhas dificultam que ativistas atinjam públicos além das suas bases já consolidadas.

No entanto, outras características da rede como a capacidade de buscar sobre assuntos permite a agência dos indivíduos em ir além dessas bolhas, que para Liao e Fu (2013) possuem impacto limitado, porque já são uma realidade do sistema de mídia em geral e sua presença faz parte da disputa por atenção típica da esfera pública. Essa disputa vai depender também do conteúdo das mensagens e sua capacidade de gerar respostas emocionais, que determinam viralização na internet para além das restrições estruturais das bolhas de informação.

Inclusive o conceito de contra público de Dahlgreen coloca essa questão em relação à esfera pública digital, exatamente como a formação de um espaço de debate concorrente à mídia tradicional no ambiente online por causa da motivação por agir devido a uma percepção de injustiça ou exclusão. Já Fraser (2007) também indica a presença de públicos subalternos ao redor de causas de ativismo na esfera pública transnacional, indicando que a transnacionalidade amplia a possibilidade de visibilidade do ativismo exatamente por criar novos espaços que rompem a estrutura tradicional de visibilidade das grandes mídias.

Em relação a mídias sociais, que induzem essa formação de bolhas, a capacidade de realizar comentários e organizar informações ao redor de *hashtags*, que podem virar tendências de acordo com o volume de informação permite que essas bolhas sejam penetradas. No entanto, a questão da visibilidade nas mídias sociais também é afetada pelo processo de publicidade online, que pode promover ideias políticas com mais recursos econômicos. Porém, a assimetria de recursos financeiros também ocorre em outras partes do processo de ativismo, e vão além da questão de publicidade, dependendo de um contexto maior de viabilidade das ações.

Finalmente, existe a questão da efetividade das ações de ativismo realizadas na internet, também denominada de clickativismo. Pesquisadores mais céticos em relação à capacidade da internet em concretizar as promessas de incremento de participação política indicam que a realidade digital não é capaz de mudar as estruturas sociopolíticas reais (MOROZOV, 2011; GLADWELL, 2010). Sem

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

contar que o dilema da escassez de tempo dedicado para atuar politicamente faz com que as ações virtuais, que teriam menor impacto, competissem com a disponibilidade dos cidadãos em participar de ações presenciais, dando mesmo uma ilusão que agir apenas online seria suficiente (DEAN, 2005).

Essa visão economicista da escassez também se expressou, no final dos anos 90, através de algumas pesquisas estenderam o entendimento de Putnam sobre apatia politica para o ambiente digital, indicando que quanto mais tempo um indivíduo passa online menor sua disponibilidade para socializar e promover causas e atividades políticas (BUGEJA, 2004; KRAUT ET AL., 1998; NIE, 2001). No entanto, pesquisas subsequentes indicam que os efeitos de mídia na criação de capital social e participação politica dependem da motivação dos indivíduos em relação ao uso de cada canal de mídia (SHAH; ROJAS; CHO, 2009). E quando existe o interesse individual em usar a mídia para o controle de realidade social e obtenção de informações adicionais, há uma contrapartida de participação política e produção de capital social (MCLEAOD; SCHEUFELE; MOY, 1999; NORRIS, 2000; PRIOR, 2007; SHAH; GIL DE ZUNIGA, 2008; WELLMAN; HAASE; WILTTE; HAMPTON, 2001; ZHANG; CHIA, 2006).

Em relação ao processo de ativismo transnacional, também existe na sua expressão digital a discussão sobre a eficiência das ações de forma direta na mudança de comportamento social ou nas tomadas de decisão politica, ou apenas de forma indireta como influenciadora do debate público. Earl e Shussman (APUD VAN LAER; VAN AELST, 2010) indicam que nessa era de ativismo virtual não existem membros do movimento, mas usuários que depois de agir digitalmente se sentem satisfeitos e não tendem a continuar se engajando no processo de ativismo de maneira permanente. No entanto, isso está relacionado ao caráter do ativismo transnacional de impermanência ideológica ou instabilidade das causas, como discutimos anteriormente, e não indica que os indivíduos que participaram em determinada ação de ativismo não irão se interessar e participar de outras ações de acordo com causas coerentes com suas identidades pós-modernas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Também é questionada a configuração de laços fracos da internet, que indica a facilidade de criar e romper conexões ao redor de ações de ativismo. Essa característica, também compartilhada pelos processos de organização ao redor de causas universalistas do ativismo transnacional, seria responsável por um grande declínio no suporte a essas causas. No entanto, também é o que facilita a criação de novas conexões, em um processo dinâmico, que permite que as ações se multipliquem e as causas se renovem, como já foi discutido anteriormente (VAN LAER; VAN AELST, 2010). E a impossibilidade da internet em criar a confiança e laços fortes para manter a sustentabilidade de movimentos ativistas, que exigem mais de uma ação coordenada e que podem sofrer repressão governamental e policial, apenas indica as limitações do ambiente virtual em promover mudanças sistêmicas ou profundas sem a contrapartida de ações de ativismo presenciais (CASTELLS, 2013). Além disso, não se pode pensar de maneira desconexa os ambientes de ação do ativismo, nem de forma isolada de seu contexto politico e comunicacional, como vem sido defendido neste trabalho.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

4.5. Mídias Sociais, a expressão 2.0 da internet

Para conseguir compreender os impactos mais específicos da evolução dos processos de ativismo no mundo contemporâneo, que estão atrelados a evolução dos meios de comunicação, vale a pena observar a dinâmica entre ativismo político e mídias sociais mais detalhadamente. As mídias sociais representam uma das expressões mais contemporâneas dos processos de comunicação digital. Por isso, vamos perceber que o mesmo tipo de dinâmica de co-criação e horizontalidade de redes vai caracterizar os processos de ativismo nessas mídias, porem com uma intensidade maior. Sem contar que também vão existir formas específicas de ações coletivas de ativismo, como o uso de faixas de apoio a causas em fotos de perfil e mobilizações orientadas em "hashtags".

Como as mídias sociais representam a nova fronteira de expansão da internet, as pesquisas sobre internet e política estão cada vez mais voltadas para esse tipo de plataforma, especialmente Facebook e Twitter (MERRY, 2014). De acordo com a autora (MERRY, 2014), o objetivo dessas pesquisas é explorar como que a existência deste tipo de plataforma está mudando a natureza dos

processos de comunicação política, buscando determinar se existem inovações no engajamento politico e no debate público ou apenas uma extensão das expressões da dinâmica entre comunicação digital e participação política a estes ambientes.

Em relação aos processos de ativismo transnacional, é possível notar algumas inovações trazidas pelas mídias sociais, mas o principal é incremento da capacidade de alcance horizontal de conteúdos criados colaborativamente trazido por essas mídias, que passaram a ter um papel significativo no cotidiano dos cidadãos. Basta ver que 37% da população mundial acessa essas mídias, sendo que metade acessa o Facebook diariamente com uma média de 2 horas diárias gastas nessa mídia, tornando essa plataforma a principal mídia social do mundo (WEARESOCIAL, 2017).

No entanto, é preciso determinar os elementos que configuram o Facebook e plataformas como o Instagram, YouTube, Twitter como mídias sociais. De acordo com Carr e Hayes (2015), mídias sociais são canais baseados na internet que permitem usuários a interagirem e se auto-apresentarem de forma seletiva, seja em tempo real ou de forma dessincronizada, em audiências amplas e de nicho que derivam valor de conteúdo gerado por usuários e da percepção da interação com os outros.

Essa definição implica que é a internet que possibilita as conexões das mídias sociais, seja o acesso realizado por computadores ou dispositivos móveis, como celulares e *tablets*. Além do meio de comunicação, também denota uma dimensão temporal de comunicação simultânea, ou seja, em tempo real, mas também de forma continuada, na medida em que a publicação do conteúdo pode ser vista pelos membros das plataformas posteriormente a sua publicação. Isso cria um sentimento de interação entre os participantes, sendo um elemento primordial deste tipo de mídia que está estabelecida exatamente na criação, capitalização e manutenção de relações sociais entre os usuários.

Essa primazia das mídias sociais em estabelecer redes de relacionamento social faz com que o valor de participação seja extraído exatamente das interações entre os usuários em detrimento do conteúdo produzido. Isso mostra uma diferenciação em relação a websites e blogs, que apesar de permitir comentários

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

para promover a interação, o conteúdo produzido pelo dono do espaço ainda é prioritário. Nas mídias sociais, o conteúdo que possui mais importância é produzido de forma colaborativa com a adição da expressão do indivíduo que está publicando a informação, sendo que quanto mais expressões de diferentes usuários um conteúdo obtiver, mais significativo ele se torna. Por exemplo, um anúncio de um prestador de serviço público pode ser criado e publicado por uma organização governamental na sua página de mídia social, mas os usuários podem atribuir mais valor ao comentário dos membros de suas redes sobre o serviço do que do anúncio por si só (MERRY, 2014).

Ainda sobre a relação do conteúdo com o formato de rede dessas plataformas, vale ressaltar o caráter pessoal mas ao mesmo tempo de massa reunidos neste tipo de plataforma. De acordo com O'Sullivan (2005 APUD CARR, 2015), nas mídias sociais há uma concomitância no uso de canais de massa para uma comunicação interpessoal e do uso de canais interpessoais para a comunicação de conteúdos de mídia de massa, sendo que em ambos os casos o conteúdo está enquadrado dentro da narrativa individual do usuário, já que é ele que determina ambos os processos.

Podemos notar uma semelhança desta produção e publicação de conteúdo com o processo com a constituição e divulgação de causas do ativismo transnacional. Por exemplo, um indivíduo que publica nas mídias sociais um relato de estupro para pedir maior debate sobre o tema, tendo em vista evitar novas ocorrências de estupro, está usando sua própria experiência pessoal para delimitar uma causa e seu proposito. Além disso, como o conteúdo da postagem foi produzido pelo ativista, ele determina o enquadramento da questão, além de poder mencionar organizações ou políticos específicos, ou *hashtags* de campanhas, para aumentar a visibilidade da postagem pública. Ao mesmo tempo, ele pode debater diretamente sobre essa questão com membros da sua rede social por conversas privadas permitidas pela plataforma, ou por comentários públicos da postagem. Assim a mistura de elementos de comunicação pessoal e de massa determinam a comunicação nas mídias sociais da mesma forma que determina o relacionamento do individuo com a causa ativista de combate ao estupro, sendo que os alvos da ação assim como seu enquadramento são determinados pelo ativista individual neste caso.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Sobre as redes estabelecidas nas mídias sociais, é preciso considerar que a função dessas plataformas não é primariamente de criar novas conexões sociais, mas estabelecer um contato entre pessoas que já possuem alguma forma de relacionamento social (BOYD, 2008). A função primordial dessas redes é para o indivíduo exibir e articular publicamente suas conexões sociais através da comunicação. No entanto, isso faz com que seja incrementado o valor dos laços sociais fracos – ou seja, aqueles relacionamentos mais distantes na vida cotidiana – por causa da facilidade em incrementar a comunicação nesses casos, e assim gerar uma aproximação através de 'públicos conectados' (BOYD, 2008).

Por isso, a maioria das redes sociais está estruturada ao redor de uma página da web de perfil pessoal que também contém uma descrição da sua rede de relacionamentos, como os amigos do Facebook, ou os perfis seguidos e de seguidores do Twitter e Instagram. Segundo Boyd (2007), essa exposição pública das conexões entre os indivíduos funciona como um elemento construtor e de validação da identidade que estes indivíduos apresentam em seu perfil. Além disso, as páginas de perfil costumam ter uma foto de identificação do usuário e informações básicas sobre suas preferências e status social como emprego, localização geográfica, gênero.

A construção dos perfis nas mídias sociais é uma auto representação, por isso vai estar condicionada ao viés do próprio usuário. O mesmo acontece com todas as publicações que um individuo realiza na rede, que vão depender da percepção que eles possuem da imagem que vão promover a partir de determinadas publicações. Essa seleção editorial faz com que, como em qualquer mídia, exista uma versão representada da realidade, e não um retrato completamente fiel do ambiente social. Essa seletividade é questionada em termos de glamourização da vida cotidiana, que afeta que as credibilidade que os indivíduos tem das informações exibidas nas mídias sociais, chegando até a acusarem alguns perfis de *'fakersters',* ou seja falsos *facebookers* (MERRY, 2014).

A visibilidade dos perfis nas mídias sociais varia de acordo com as regras de cada plataforma e da escolha dos usuários, mas o padrão costuma a ser que o perfil seja público. Inclusive, existe uma série de opções em relação a privacidade

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

das informações nas mídias sociais, mas se o usuário não possuir um conhecimento específico das regras de funcionamento que ele se torna de acordo ao aderir à plataforma, que já exibem um padrão de deixar as informações públicas de maneira geral, o indivíduo pode comprometer informações que não está de acordo em divulgar. Esse tipo de comportamento das empresas que criam essas redes sociais tem sido controlados pelo governo, assim como alertados pelos ativistas, para evitar o abuso dos usuários (CAPONE, 2015).

Ainda em relação à privacidade, Carr e Hayes (2015) indicam a tensão em termos das vantagens e desvantagens que os indivíduos consideram ao tornar públicas suas opiniões ou fatos da sua vida pessoal nas postagens realizadas nas mídias sociais. Segundo os autores, o indivíduo que busca apoio a suas posições nas mídias sociais precisa necessariamente revelar porque possui um determinado posicionamento. De certa forma, sempre vai ocorrer um cálculo complexo pelos indivíduos, que devem prever os benefícios e ganhos potenciais de publicar uma informação, mas o comportamento atual de grande volume de postagens em mídias sociais tem apontado para um padrão de abertura em busca de obtenção de capital social e manutenção dos relacionamentos com outros indivíduos (ELLISSON; VITAK; STEINFIELD; GRAY; LAMPE, 2007).

Além das páginas de perfil, que exibem as postagens de um indivíduo específico, as mídias sociais incluem páginas de linha do tempo que exibem as postagens dos usuários das quais um indivíduo está conectado. Essas postagens podem ser referenciadas por comentários e expressões de apoio como curtir ou tornar favorito. Além disso, as plataformas provem a capacidade de envio de mensagens privadas entre os usuários. Além das mídias sociais gerais, existem mídias sociais que são especificas para telefones celulares que usam o mecanismo de georeferenciamento para corresponderem aos seus propósitos. Por exemplo, Foursquare é uma plataforma que indica estabelecimento de serviços e suas avaliações ao redor do usuário, de forma que modifica as informações de acordo com a localização do indivíduo (MERRY, 2014).

Assim como a escolha de conexões dentro das mídias sociais indica as preferências do indivíduo de acordo com seu contexto social, a escolha por adotar ou não uma mídia social por um indivíduo também depende deste entorno. Por

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

isso, as diferentes mídias sociais apresentam grupos sociais predominantes diversos, principalmente no início de seu funcionamento (BOYD, 2008). Por isso que o entendimento do contexto sociopolítico é fundamental para entender a expressão do ativismo transnacional dentro dessas plataformas, e seus efeitos nos processos de ativismo transnacional em geral.

Por fim, vale ressaltar que o modo de funcionamento dessas mídias está baseado em algoritmos que foram programados para melhorar a experiência dos usuários em relação à plataforma, de forma a aumentar seu engajamento. Estes algoritmos geram um bias na seleção de informações exibidas, de maneira a afetar a percepção dos indivíduos (DEAN, 2010). Existem controvérsias sobre o nível de restrição de informações alternativas que os indivíduos são expostos através dessas redes, na medida em que ao mesmo tempo que os algoritmos e os próprios indivíduos selecionam suas preferências, eles também são expostos involuntariamente aos conteúdos de posicionamentos ideológicos e enquadramentos diversos produzidos pela sua rede de relacionamentos. Dessa forma, apesar de existir um processo de polarização, também existe um processo de debate (BARBERÁ; JOST; NAGLER; TUCKER; BONNEAU, 2015).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

4.6. A dinâmica das mídias sociais com o ativismo transnacional

Desde 2009, com as ‘Revoluções do Twitter’ na Moldova e no Irã, diversos estudos buscam mapear os efeitos do uso de mídias sociais na promoção de ações de ativismo transnacional, principalmente em incrementar ações de protesto e em outras formas de ação que desafiam elites políticas (VIEIRA, 2016). A princípio, houve um questionamento da capacidade das mídias sociais em causarem revoluções (MOROZOV, 2011), mas o debate logo evoluiu para o papel dessas plataformas dentro de uma nova ecologia de mídia e de seus contextos sociopolíticos, de maneira a observar como estão encaixadas na dinâmica da comunicação social com os processos de participação política (COLEMAN; FREELON, 2015).

Este interesse foi gerado não apenas pelo crescimento contínuo de usuários nessas plataformas (WEARESOCIAL, 2017), mas também porque elas exibem características específicas na formação de redes e na delimitação do debate

público, como apresentamos acima. Vale relembrar que apesar de terem os princípios de horizontalidade que geram um potencial de maior alcance no estabelecimento de conexões, além do rompimento de agenda setting e de enquadramento das informações do debate público, existem as limitações dos algoritmos e de preferências nas seleções de informação, assim como uma tendência de reproduzir as redes sociais fora da internet. Também deve ser considerado que ao mesmo tempo em que as mídias sociais reduzem os custos na organização de ações e de expressão sobre causas e dilemas políticos para seus usuários, também aumenta a desigualdade em relação aos excluídos digitalmente por causa de falta de acesso à internet, educação digital ou recursos econômicos para dedicar a campanhas digitais (DEAN, 2015).

Dentre os diversos estudos de caso da relação das mídias sociais com o processo de participação política, foram recolhidas muitas evidências que sugerem que as pessoas que se engajam em ações políticas e de ativismo, inclusive de protesto, têm o hábito de usar mídias sociais (BEKKERS; BEUNDERS; EDWARDS; MOODY, 2011; EARL; KIMPORT, 2011; PEARCE; KENDZIOR, 2012; YUN; CHANG, 2011). Estes estudos analisam como o consumo de informação midiática representa uma forma de indicar o interesse do indivíduo na participação politica (GIL DE ZUNIGA; JUNG, 2012), assim como as pesquisas que analisam a conexão entre uso de mídias digitais e participação política (PARK; KEE; VALENZUELA, 2009; ROJAS; PUIG-I-ABRIL, 2009; ZHANG; JOHNSON; SELTZER; BICHARD, 2010).

No entanto, é possível notar algumas diferenças na maneira em que diversas formas de protesto são reforçadas pelo uso das mídias sociais de acordo com o contexto sociopolítico e os hábitos de participação politica de um determinado local, já que são um elemento da dinâmica de engajamento politico, não o motivador em um relacionamento de causa e efeito. Valenzuela (2013) indica que no Chile, por exemplo, o uso de mídias sociais indicava maior chance na participação em protestos de rua e em estabelecer contatos com veículos de jornalismo para exercer pressão na divulgação de uma causa. No entanto, não havia um incremento no uso de petições, já que essa prática não é habitual neste país.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Por isso, é necessário realizar uma avaliação crítica das diferentes visões apresentadas na literatura acadêmica para o relacionamento positivo entre o uso de mídias sociais e digital e ativismo político. Vamos analisar o potencial de conexões por causa da horizontalidade das redes na organização das ações e das causas do ativismo transnacional, assim como seu impacto no debate público, da mesma maneira que analisamos a potencialidade da comunicação digital em geral.

Por expressar as redes de relacionamentos de indivíduos no ambiente social já constituído fora da internet, as mídias sociais facilitam o acesso a um número grande de contatos simplesmente por organizar e disponibilizar essa informação de modo imediato (VALENZUELA, 2013). Isso faz com que a troca de informações de contatos entre ativistas seja facilitada, ainda mais porque quando são criadas páginas especificas nessas mídias para causas ou ações, elas exibem publicamente os nomes dos indivíduos relacionados a página. Ou seja, se uma pessoa curtiu uma página do Greenpeace no Facebook, outra organização ambiental pode pedir uma conexão para a mesma pessoa, convidando para curtir sua página ou participar de um evento que está realizando.

Aliás, os eventos no Facebook se constituem em um caso interessante de expressão de ativismo por não apenas indicar eventos de protesto que acontecem presencialmente, mas por publicar eventos fictícios de caráter irônico para favorecer a divulgação de uma causa. Por exemplo, a presença de celebridades em um local de ocupação pública, como Britney Spears, Paris Hilton e Lindsay Lohan na ocupação em apoio a greve dos professores públicos na UERJ[5] é uma forma de evento fictício realizado para chamar atenção a essa causa. Dezenas de outros eventos similares foram criados durante o período da ocupação para bombardear as linhas do tempo dos usuários do Facebook, e assim influenciar o debate público. Este tipo de ação é similar a Twittaços, que também promovem a produção de postagens no Twitter de forma a promover um assunto como tendência de discussão na plataforma.

[5] (https://www.facebook.com/events/1843980012525456/)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Essas são apenas algumas das formas que as mídias sociais podem promover a construção individual e social de identidade política atreladas a causas ativistas. As postagens trazem inúmeras possibilidades de aceitação de semelhantes e rejeição de antagonistas, reforçando ou desautorizando de normas sociais. Isso ocorre de forma pública na troca de opinião e agregação de informação adicional na co-construção de narrativas em comentários de postagens ou postagens associadas a uma *hashtag*, que é um mecanismo indexador de conteúdo nas redes sociais. Também ocorre de forma privada quando um usuário manda uma mensagem a outro em referência a uma postagem.

De acordo com Gil de Zuniga et al. (2012), as plataformas de mídias sociais servem como centros de informação. Isso permite que os usuários possam monitorar as informações produzidas por indivíduos conectados a eles, além de obter informações práticas de coordenação de atos de protesto, ou informações de mobilização ao redor de causas ligadas a estes atos através das suas linhas do tempo. Os próprios usuários podem criar ou buscar informações relacionadas a suas causas políticas, podendo encontrar mais alternativas de ação do que de forma presencial.

Todas as formas de mobilização ao redor de causas políticas descritas acima aumentam a confiança entre os seus membros, incrementando o potencial dos ativistas em participar de protestos e outros atos de ativismo tanto no ambiente online quanto off-line (VALENZUELA, 2013). Vale notar que essas dinâmicas estão relacionadas à publicidade das ações de ativismo no debate público realizado nessas plataformas digitais. De certa forma, existe uma percepção que a própria organização de ações de ativismo e de configuração de suas causas dependem da sua dimensão pública, de maneira que o ato de comunicação passa a ser um ato de ativismo. O mesmo pode ser dito para a dimensão de divulgação de informações alternativas através dessas redes.

Como já foi mencionado anteriormente, o interesse dos usuários de mídias sociais por obter notícias sobre o seu entorno vai impactar as estratégias de campanha que os ativistas utilizam nessas mídias. Além das notícias provenientes da mídia de massa, as mídias sociais disponibilizam informações alternativas que vão além das fontes tradicionais, colocando em disputa o entendimento em

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

relação a um acontecimento social, especialmente um ato de ativismo. No entanto, existe uma disputa discursiva sobre qual notícia é 'verdadeira', já que a confiança nas fontes das informações, assim como o viés político das publicações, são condições sempre sendo colocadas em torno das notícias. Essa disputa permite que os ativistas se coloquem como uma alternativa viável de interpretação sobre atos de protesto por declararem abertamente seu posicionamento político e as causas que apoiam e por publicarem informações diretamente dos locais públicos que ocorrem as manifestações em tempo real (CASTELLS, 2013).

Além disso, de acordo com Valenzuela (2013), grande parte das informações sobre protesto nas mídias sociais provém de grandes veículos de comunicação de massa, que costumam dar um enquadramento negativo às ações de protesto com ocupação do espaço público. No entanto, ele indica que esse enquadramento não faz os indivíduos julgarem o ato de protesto como sendo inválido (MCLEOD, 1995). A presença deste tipo de conteúdo na verdade aumentaria o potencial de debate sobre a questão, trazendo fontes alternativas de informação, conhecimento, reflexão e motivação para indivíduos em participar na vida politica (DE BOER; VELTHUIJSEN, 2001; EVELAND, 2004).

Mesmo que a maior parte das informações presentes nas mídias sociais não seja de cunho politico, não existe motivo para se pensar que o debate politico não ocorre nessas plataformas. Apenas existe uma competição por atenção típica da esfera pública em geral (VALENZUELA, 2013). A perspectiva de que as mídias sociais seriam uma forma de alienação política, assim como a televisão era vista como um catalizador de apatia política por Putnam, apresenta uma visão parcial sobre suas potencialidades, além de restringir o que é considerado como política. O entendimento deste trabalho é de que o debate público de questões sociais, sejam culturais, artísticas ou sentimentais, é capaz de influenciar a percepção e a identidade política dos indivíduos (FRASER, 1995).

Dentro deste ambiente de debate, é preciso entender o papel da expressão da opinião política. Publicar uma opinião politica nas mídias sociais exige o processamento de informações e a reflexão politica necessários para o engajamento em atos de ativismo. De acordo com Valenzuela (2013), além do processamento cognitivo, a expressão de opinião política gera debates informais

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

sobre a vida pública, fazendo as pessoas mais interessadas e consequentemente mais engajadas. Para o autor, o debate informal negocia recortes interpretativos que ajudam as pessoas processarem as ideias, elaborar argumentos e refletir sobre informações adquiridas, se constituindo em processo de aprendizado político. Dessa forma, o debate informal seria motivador para os indivíduos na participação de ações de ativismo ou na adesão de causas.

Para o autor, esse debate informal seria mais frequente e mais organizado nas mídias sociais porque o meio exige um registro da comunicação, que em geral exige um planejamento do individuo ao escrever e selecionar a informação a ser postada. Além disso, as mídias sociais proporcionariam uma base de conversação entre a família, amigos e sociedade, tornando pública a opinião politica de outros de maneira a promover interesses coletivos (VALENZUELA, 2013).

Vários autores consideram a expressão de opiniões politicas por si só um ato de participação politica, aproximando ainda mais os indivíduos que realizam este tipo de ação ao serem propensos em participar de ações de ativismo político. Essas expressões de posicionamento político incluiriam a exibição de adesivos e bandeiras políticas (VALENZUELA, 2013), o que pode ser realizado nas mídias digitais também. Algumas plataformas possibilitam a adição de filtros às fotos de perfil através de aplicativos para criar identificações complementares, normalmente de apoio a uma causa. Essa forma de defender bandeiras nas mídias sociais pode ser considerada como uma nova forma de ação de ativismo exclusiva as redes sociais, já que só faz sentido dentro das características deste tipo de mídia em que os usuários são identificados por suas fotos de perfil. No entanto, também pode ser compreendida como apenas um novo espaço digital de exibição de causas, como já é realizado através de adesivos de carros, bottons, camisetas e bandeiras, por exemplo.

Por fim, os defensores do caráter de inovação trazido pelas mídias sociais ressaltam o caráter único de produção de conteúdo e de relacionamento entre os usuários dessas mídias, capaz de facilitar a interação entre os indivíduos. No entanto, as análises de estudos de caso indicam que a forma predominante de comunicação dessas redes ainda é ‘de cima para baixo’, ou seja, unidirecional e voltada para a publicidade de discursos ao invés do dialogo (MERRY, 2014). No

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

entanto, essas mídias geram uma sensação de interatividade que atrai os usuários ao debate público no ambiente digital. Basta perceber como os usuários do Twitter se sentem conectados a figuras públicas por mencionarem seus perfis em suas postagens, mesmo que na prática elas não sejam capazes ou não tenha interesse em responder as mensagens. O mesmo ocorre em aplicativos de dispositivos móveis em que a simples visualização de perfis de outras pessoas na mesma localização geográfica, como no caso do Tinder por exemplo, faz com que as pessoas sintam que estão interagindo com um determinado grupo social.

Após relatar todas essas características da dinâmica das mídias sociais com os processos de ativismo transnacional, é possível perceber que as mídias sociais possuem um potencial significativo na amplificação de suas dimensões. Por isso, para concretizar este potencial, é necessário que os ativistas busquem compreender melhor como as mídias sociais, assim como outros mecanismos de comunicação digital, estão integrados às ações presenciais de ativismo, ao invés de considerar essas duas expressões como paralelas. Essa percepção será analisada no debate da literatura sobre ativismo de mudanças climáticas em mídias sociais do capítulo a seguir.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

5.
Ativismo de mudanças climáticas nas mídias sociais

Os capítulos anteriores apresentaram a discussão teórica que envolvem os processos de ativismo atualmente, analisando como sua organização, suas causas e suas ações estão sendo reconfiguradas dinamicamente com os desenvolvimentos da comunicação digital e do processo de globalização. No entanto, para expandir a visão do debate sobre o relacionamento do ativismo transnacional com a comunicação digital, é válido ilustrar essas questões teóricas com exemplos reais de movimentos de ativismo transnacional contemporâneos. Para tal, este capítulo vai indicar como a literatura especializada apresenta casos de ativismo de mudanças climáticas nas mídias sociais para realizar uma reflexão sobre as análises de *big data* relacionadas às potencialidades da web de promover avanços nos processos de ativismo, tais como permitir novas conexões entre indivíduos e organizações, facilitar a organização de ações, promover informações alternativas e fomentar o debate público, e realizar ações digitais, como foi discutido anteriormente.

Essa reflexão está centrada em duas questões de pesquisa, que tem como objetivo organizar as evidências obtidas pelas investigações acadêmicas realizadas sobre ativismo de mudanças climáticas em mídias sociais:

Q1: Quem são os ativistas envolvidos no debate público de mudanças climáticas nas mídias sociais?

Q2: Como a formação de redes de relacionamento entre ativistas no debate público promovido pelas mídias sociais é analisada pelos autores?

O objetivo da primeira questão é analisar quem são os atores envolvidos no debate de mudanças climáticas, e como eles são identificados como ativistas pelos autores. Informações sobre as características destes ativistas como sendo indivíduos ou organizações, sua localização geográfica, sua visibilidade no debate público e sua capacidade de mudança de comportamento social serão analisadas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Já a segunda questão busca um entendimento de como os autores usam as informações sobre hyperlinks e perfis de discurso na formação de redes entre ativistas para delimitar a potencialidade de horizontalidade da web. Essas redes seriam capazes de facilitar a organização de ações de ativismo, fortalecer enquadramentos de discursos e a expressão de informações alternativas no debate público de mudanças climáticas.

Vale ressaltar que ambas as questões estão direcionadas para o debate público realizado nas mídias sociais. Isso ocorre porque o processo de debate público sobre a causa das mudanças climáticas pode ser considerado como um processo de ativismo, como já foi discutido neste trabalho, visto que o embate entre as ideias no ambiente público possui o potencial de influenciar as tomadas de decisão políticas, as normas sociais e o comportamento dos indivíduos em relação à mitigação de mudanças climáticas.

Além disso, os artigos discutidos neste capítulo demonstram uma preferência de análise dos acadêmicos em relação ao debate público, tanto por causa da questão normativa descrita acima, como por causa da coleta de informações disponíveis nas redes sociais. Na medida que as informações são públicas, é sempre possível realizar uma análise compreensiva deste universo. Por isso que o Twitter, que possui a interface de informações aberta para coleta de dados domina as análises de *big data* sobre participação política (COLEMAN & FREELON ORG., 2015).

Em relação a escolha dos artigos analisados neste capítulo, foi realizada uma busca sobre ativismo de mudanças climáticas nas redes sociais no Google Acadêmico, que é um website indexador de artigos acadêmicos[6]. Os resultados indicaram que existem poucos artigos acadêmicos que analisam o ativismo transnacional sobre mudanças climáticas nas mídias sociais. A literatura ainda está direcionada para análises de campanhas nas mídias sociais restritas a determinados países como o Reino Unido (NORTH, 2011) e Qatar (ABBAR; ZANOUDA; BERTI-EQUILLE; BORGE-HOLTHOEFER, 2016), ou realizam um panorama geral da literatura sobre a relação da comunicação digital com o

[6] https://scholar.google.com.br/

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

ativismo de mudanças climáticas (SCHAEFFER, 2012) que menciona campanhas nacionais no Facebook, Twitter, YouTube.

No entanto, encontramos artigos que analisam movimentos de ativismo transnacional de mudanças climáticas no Twitter durante um ano inteiro (KIRILENKO; STEPCHENKOVA, 2014); uma discussão sobre duas hashtags de protesto no Twitter por Bennett e Segerberg (2013); uma avaliação das postagens no Twitter ao redor do lançamento de um relatório cientifico de mudanças climáticas (NEWMAN, 2016); já Fernandez, Picollo, Maynard, Wipoo, Meili e Alani (2016) falam sobre como o conteúdo de conversas no Twitter podem ser indicativo da mudança de comportamento individual em relação a mudanças climáticas, de modo a colocar o próprio debate online como forma de ativismo.

Também foram encontrados dois artigos de Askanius e Uldam que tratam de campanhas de ativistas de mudanças climáticas no YouTube que exploram o debate de vídeos de ativistas relacionados ao evento de protesto radical em Copenhagen durante a COP15 promovido por duas ONGs influenciadas pelo movimento de justiça global (ASKANIUS; ULDAM 2011; ULDAM; ASKANIUS, 2013).

Antes de iniciar a reflexão sobre as questões de pesquisa, será indicado porque foi realizada a escolha de analisar a causa de ativismo transnacional de mudanças climáticas. Com isso, busca-se melhorar a compreensão do contexto sobre a discussão realizada para que as evidências específicas sobre este tipo de ativismo possam ser melhor colocadas.

5.1.
A escolha do ativismo transnacional em mudanças climáticas

A causa de combate ao aquecimento global, ou de evitar as mudanças climáticas promovidas pelo desrespeito da ação antropológica em relação aos limites do planeta em absorver gases de efeito estufa, exige uma colaboração internacional na medida em que esta questão depende e afeta todos os países do globo (HELD; MCGREW, 2013). Por isso, esta causa é transnacional em termos do problema tratado, e também por apresentar ações de ativismo que vão além de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

fronteiras de acordo com a definição debatida anteriormente no segundo capítulo desse trabalho.

Além disso, o movimento de ativismo ambiental surgido nos anos 70 passou pelas transformações na configuração da organização de suas causas e ações decorrentes da transnacionalidade e do relacionamento com a comunicação digital que estão discutidas na literatura referenciada neste trabalho, servindo como ótimo exemplo para ilustrar a discussão teórica.

Para esclarecer os atores e discursos que serão analisados na literatura em relação a expressão dessa causa e suas ações nas mídias sociais, vale a pena realizar uma contextualização das questões sociopolíticas que envolvem os dilemas de comunicação sobre mudanças climáticas na atualidade.

Existe uma percepção de que existe uma falha sistêmica por parte dos diversos níveis governamentais e da sociedade em lidar de forma efetiva com as mudanças climáticas. Por isso, uma série de ações de ativismo se orientam em relação a essa causa, ainda mais porque existe um consenso da comunidade cientifica e de especialistas na necessidade de mudança no comportamento individual e de políticas públicas para evitar o potencial catastrófico dos efeitos das mudanças climáticas nos seres humanos e nos ecossistemas. (HOUGHTON ET AL., 2001).

Apesar desse consenso, os esforços para lidar com mudanças climáticas em um nível internacional falharam ou se apresentam insuficientes em relação as expectativas dos ativistas. Com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação digital, governos, organizações internacionais, assim como ativistas e indivíduos passaram atuar de novas formas, além de fomentar uma nova esfera de debate público sobre esta questão, gerando um novo potencial de conscientização em relação à causa (MOSER; DILLING, 2011).

No entanto, esse potencial não parece ter se concretizado, já que a opinião pública parece mais cética em relação aos efeitos da civilização humana nas mudanças climáticas (PEW RESEARCH CENTER, 2009b). E apesar da questão das mudanças climáticas ter se tornado permanente nas agendas dos governos

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

neste novo milênio e de relatórios científicos mostrarem uma aceleração dos impactos, dilemas trazidos pelos processos de recessão econômica e temperaturas mais amenas diminuíram o interesse de população nesta causa em 2009, logo quando foi discutida a sucessão do Protocolo de Kyoto, que limita as emissões de gases estufa responsáveis pelo processo de mudanças climáticas.

O estado atual da opinião pública torna questionável a eficiência dos processos de educação pública, conscientização e engajamento utilizados para tornar esse problema complexo e de explicações cientificas em uma causa significativa a ser adotada pela população em geral, tão necessária para a promoção de mudanças de comportamento. Apesar de ser possível reduzir o diagnostico dessa situação de que o grande público não se importa ou não entende a causa das mudanças climáticas, percepções importantes podem ser obtidas através do entendimento de como a comunicação de mudanças climáticas tem sido realizada, recebida e interpretada (MOSER; DILLING, 2011), especialmente nas mídias sociais que são a nova fronteira de expansão deste processo comunicativo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

5.2. Q1: Quem são os ativistas envolvidos no debate público de mudanças climáticas nas mídias sociais?

Em todas as mídias sociais, os usuários devem criar um perfil para serem identificados pelos outros membros da comunidade que participam do espaço de debate. Por isso, ao realizar um rastreio das informações postadas na rede, é possível avaliar tanto o conteúdo das postagens como identificar o usuário que produziu o conteúdo postado. Por isso, um dos processos de análise das pesquisas acadêmicas sobre ativismo transnacional é classificar os usuários de acordo com o tipo de informações extraídas das mídias sociais relevantes à configuração do processo de ativismo.

A análise dos usuários no artigo de Kirilenko e Stepchenkova (2014), que analisa um ano do debate público no Twitter sobre mudanças climáticas, discrimina a localização geográfica dos usuários que postaram *tweets* para avaliar como se constitui a transnacionalidade do debate. As autoras recolheram postagens sobre o assunto em 5 idiomas – português, inglês, alemão, espanhol e

russo – para analisar os atores de acordo com sua localização geográfica e seu posicionamento no debate a favor de ações contra as mudanças climáticas ou como descrentes em relação a sua existência.

A maior parte das postagens é proveniente de países desenvolvidos na Europa, Austrália, América do Norte, mas também da Índia e Filipinas, sendo que a maior porcentagem de *tweets* é proveniente de grandes metrópoles como Nova Iorque e Londres. No entanto, mesmo que 41% e 13% das postagens tenham sido realizadas respectivamente nos Estados Unidos e no Reino Unido, esses países não possuem o maior volume proporcional de discussões em mudanças climáticas em relação a outros assuntos tratados no Twitter, mostrando que a visibilidade da discussão não necessariamente é tão grande como os debates sobre a vida de celebridades, ou séries de televisão, esporte ou qualquer outro assunto não político. Dentre os idiomas tratados, os países com maioria de população que adota o russo como idioma principal foram os menores em relação a quantidade de postagens, além de apresentar maior posicionamento de descrença e mais piadas sobre as questões de mudanças climáticas que países de outros idiomas. Vale ressaltar que a análise realizada incluiu os usuários que utilizaram todos os termos relacionados a mudanças climáticas que as autoras conseguiram catalogar.

Esta análise ao redor de idiomas aponta que comunidades semânticas possuem diferentes posicionamentos em relação a mudanças climáticas, relacionados ao contexto sociopolítico dos países que falam os idiomas analisados. As autoras colocam que em todas as esferas existe uma afinidade na produção de *tweets* em grandes centros urbanos, mas uma disparidade na quantidade de postagens em relação a países desenvolvidos e em desenvolvimento. No entanto, não há uma discriminação destes usuários como indivíduos ou organizações, nem um posicionamento claro sobre se é possível identificar alguns usuários como ativistas e outros não, de maneira a apresentar todos que participam do debate como ativistas.

Já a análise de Newman (2016) sobre o debate público no Twitter orientado ao lançamento do relatório público do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas – a principal publicação do grupo de especialistas que

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

avalia cientificamente o impacto das mudanças climáticas para orientar as politicas públicas de mitigação – foi realizada de maneira a classificar os usuários de acordo com as biografias públicas de seus perfis. O autor estabeleceu seis categorias para classificar os usuários: jornalistas, mídia, organizações governamentais, ativistas, cientistas e indivíduos. Esta classificação já discrimina os atores do debate, considerando os ativistas apenas os indivíduos e organizações que claramente se colocam a favor da causa e são propositivos de ações para combater as mudanças climáticas que afetem as tomadas de decisão pública e gerem mudanças positivas no comportamento da população.

O autor aponta que quanto mais um usuário posta *tweets* sobre mudanças climáticas, mais provável da sua biografia mencionar um termo relacionado a essa causa. Por isso, os 1% dos usuários mais ativos neste tipo de postagens são ativistas de mudanças climáticas porque usam os conceitos de desenvolvimento sustentável, meio ambiente, clima e mudanças climáticas nas suas autodescrições. Já os 5% mais ativos em números de postagens são organizações de mídia, com biografias que usam os termos notícias, jornalismo ou o nome de um canal de mídia. No entanto, uma análise de todos os usuários aponta que o grupo social que realiza o debate público é completamente heterogêneo - com biografias que indicam palavras genéricas como amor, vida, mundo - e mais da metade só postou uma vez sobre mudanças climáticas em 5 anos. Essa análise está alinhada a outros estudos que demonstram que ativistas são ‘superposters’, ou seja, atuam ativamente postando um grande volume de *tweets* em relação ao seu posicionamento em uma causa para direcionar o debate público (CAPONE, 2015).

Newman (2016) também utiliza a quantidade de *retweets* para discriminar os usuários, indicando que a maior parte dos *retweets* é realizadas de *tweets* de indivíduos (35%), seguido por organizações de mídia (17%), enquanto organizações governamentais (12%) e ativistas (16%) são mais *retweetados* que cientistas (7%) e jornalistas (9%), o que de acordo com o autor mostra que são vistos como fontes mais confiáveis de informação. Existe uma intercessão entre este tipo de análise de usuários e o potencial de formação de redes, já que para outros autores os *retweets* representam a formação de uma rede de usuários ao

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

redor da mesma informação. Essa informação pode ser vista como mais confiável por ser compartilhada por muitos usuários, ou pode ter seu conteúdo analisado para entender se existe uma maior receptividade a determinado assunto ou enquadramento da questão das mudanças climáticas. No entanto, Newman (2016) está analisando a visibilidade de ativistas pela quantidade de *rewtweets*, e não quais usuários compõem a rede que está *retweetando* as informações ou quais informações estão presentes no *tweets* que estão sendo retweetados, centrando a análise nos atores.

Apesar da maior parte das postagens *retweeadas* serem de indivíduos, a análise de Newman (2016) aponta que o usuário mais *retweetado* de todos foi um cientista, @PeterGleick, seguido pelo partido verde australiano @GreenMPs e a jornalista ambiental do *The Guardian* @fionaharvey. As organizações governamentais relacionadas às Conferências do Clima @IPCC_CH e @UN_ClimateTalks também estavam dentre os top 5 retweetados, e em sexto lugar o ator @LeoDiCaprio, que é ativista em mudanças climáticas. Como estes perfis apresentam mais de uma dezena de milhares de seguidores, vale ressaltar a sua influência no debate sobre mudanças climáticas devido ao grande alcance de público de suas publicações. Todos as postagens destes perfis promove a divulgação dos resultados científicos do relatório como justificativa para a tomada de ações, assim como provém indicações sobre como achar mais explicações sobre o relatório, determinando seu caráter propositivo e ativista em relação aos processo de mitigação de mudanças climáticas.

Já no debate público realizado no YouTube ao redor de um vídeo ativista chamado ‘Never Trust a COP’ – que faz um jogo de palavras entre o nome da Conferência do Clima e a palavra ‘policial’ em inglês – a análise dos usuários proposta por Ulman e Askanius (2014) é baseada no discurso dos ativistas no debate. O vídeo, que propõe um protesto violento com quebra de aparato urbano e embates com policiais durante a Conferencia do Clima em Copenhagen (COP15), foi postado por dois tipos de ativistas radicais, CivilSpan, um ativista sueco, e VisionOnTV, uma organização de mídia ativista do Reino Unido. 55% dos usuários do YouTube que comentaram sobre o vídeo eram dinamarqueses, tanto cidadãos preocupados com a violência instigada pelo vídeo, quanto

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

ativistas que discutiam os limites do uso da violência no protesto. Os outros comentadores representam os países conectados aos ativistas propositores do protesto, que são da Alemanha e Reino Unido. Esses dados ressaltam o caráter transnacional dessa ação ativista de protesto e do debate no YouTube.

A principal preocupação das autoras é como a expressão discursiva destes atores amplia o debate político ao redor da ação de ativismo e da causa de mudanças climáticas. Por isso, todos os participantes do debate no YouTube são vistos como ativistas, e não existe uma discriminação em relação a sua identidade como individuo, organização ou promotor do protesto. A análise de sentimento – negativo ou positivo – e de nível informacional das colocações discursivas publicadas no Youtube é que indica o caráter dos participantes para Askanius e Ulman (2011).

Além de apenas 24% dos usuários comentarem mais de duas vezes nos vídeos, o conteúdo dos comentários muitas vezes eram só expressões genéricas de apoio ou desacordo de forma agressiva, indicando uma falta de preocupação em atingir consenso ou ouvir diferentes argumentos sobre uma questão política. No entanto, as autoras conseguem identificar que os atores que realmente se engajaram na discussão promoveram um debate sobre o conflito entre ativistas e cidadãos da cidade de Copenhagen, e negociaram os parâmetros do protesto – como o uso simbólico de violência como expressão politica e repressão policial - dentro do próprio movimento ativista.

Em relação aos contornos deste debate, deve ser considerado que o YouTube é uma plataforma pública, de forma que os ativistas devem considerar a sua própria segurança ao divulgar informações de maneira que o debate é mais relacionado aos ideais e propósitos do protesto do que da articulação do ato em si (ASKANIUS; ULMAN, 2011).

Também é preciso considerar que o caráter violento do protesto apresentado no vídeo em questão atraiu um público de cidadãos de Copenhagen que não necessariamente se engajariam com a questão do ativismo de mudanças climáticas. Como indicado por Cammaerts e Carpentier (2007), a luta por visibilidade em plataformas mediáticas para além dos círculos ativistas pode exigir eventos e discursos espetaculares, como foi visto neste caso.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

No entanto, isso foi realizado às custas de uma identidade de guerrilheiros atribuída aos ativistas, restringindo o tipo de ator que é identificado com o protesto e podendo causar impactos a outros ativistas mais pacifistas da mesma causa transnacional de mudanças climáticas, indicando um dos dilemas na organização fluida dos processos de ativismo transnacional que levantamos durante a discussão teórica.

5.3. Q2: Como a formação de redes de relacionamento entre ativistas no debate público promovido pelas mídias sociais é analisada pelos autores?

O artigo de Segerberg e Bennett (2011) se propõe a compreender o papel das mídias sociais na organização de ações coletivas através da análise de duas *hashtags* no Twitter relacionadas a eventos de protesto de mudanças climáticas, em 2009, conectados à Conferencia das Partes sobre Mudanças Climáticas das Nações Unidas em Copenhagen (COP15). Os autores apontam que as análises do Twitter podem ser realizadas a partir de seu potencial de conexão na formação de redes híbridas da ecologia de protesto. Isso indica que o Twitter, dentre outros mecanismos de comunicação envolvidos na configuração do processos de ativismo, serve na fomentação de redes de relacionamento entre atores, causas e eventos diferentes. Para avaliar como esse potencial se concretiza, as informações do Twitter evidenciam não só quem são os atores que estão comunicando sobre os protestos, mas como eles estão conectados entre si em um sistema de redes. Essas conexões são determinadas através dos tipos de mídia e de conteúdos agregados às suas postagens através dos hiperlinks presentes nos *twitts*. Dessa forma, a estrutura em rede identificada pelo Twitter seria uma forma de determinar um espaço de protesto.

A análise de Segerberg e Bennett se concentra na classificação dos hyperlinks contidos nos tweets de uma amostragem das *hastags* #TheWave e #cop15 durante os dias das suas respectivas marchas. 39% dos *tweets* da *hashtag* #TheWave possuíam hyperlinks, em contraste a presença de hyperlinks em 60,9% dos *tweet*s da *hashtag* #cop15. Os *hyperlinks* foram classificados de acordo com os tipos de mídia relacionados: mídia de massa, como BBC, The New York Times e outros grandes veículos de mídia; mídias médias, que são

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

sites de noticia e blogs que só produzem noticias na internet ou para o nicho de meio ambiente, como sites de mídia alternativa, governos, ONGs, empresas e sites especializados informações sobre mudanças de climáticas como Real Climate; e mídias micro, que refletem sites ou mídias sociais pertencentes a um indivíduo.

Em ambas *hashtags*, as mídias médias foram mais presentes do que as mídias de massa, que tiveram menos de 20% do conteúdo dos links. Além disso, os atores pertencentes ao universo das mídias médias especializadas representam os mecanismos informacionais e organizacionais dominantes em relação a todos os outros atores nas expressões comunicacionais dessas duas ecologias de protesto.

No entanto, é possível notar uma diferença grande entre as *hashtags* de acordo com a distribuição dos links dentro das categorias de mídia média e micro. A #cop15 apresentou apenas 10% de mídias micro, e mais da metade dos links de mídias especializadas, sendo que 17,67% eram provenientes de ONGs, 18.18% de institutos de pesquisa, sites especializados em mudanças climáticas e mídias alternativas, e 13,13% de comunicações de governos. Isso mostra que os contribuintes da *hashtag* #cop 15 reuniram recursos organizacionais e informativos através do potencial de networking dos sites de mídias médias.

Já os *hyperlinks* da *hashtag* #TheWave mostram as formas como essa *hashtag* se orientou no evento da marcha em si, com as mídias médias ligadas a coalizão coordenadora da marcha e organizações patrocinadoras, assim como os *hyperlinks* de micro mídias documentando o acontecimento da marcha. A maioria destes *hyperlinks* de micro mídias e mídias médias mostravam fotos, sendo as imagens fotográficas presentes em 44.32% de todos os *hiperlinks* dessa *hashtag*. Isso reflete como #TheWave estava orientada a uma comunidade de ativistas que compartilhavam elementos ritualísticos e geográficos na sua identificação com o ato de protesto através de conteúdos altamente personalizados.

Os dados apresentados sobre os *hyperlinks* nas *hashtags* #cop15 e #TheWave sugerem que diversas formas de usar *hyperlinks* podem ocorrer em

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

eventos de ação coletiva com os mesmos atores, ao redor de uma mesma causa, e em um mesmo período de tempo. Os hyperlinks mais pessoais da #TheWave demonstram o encorajamento dos organizadores da coalizão de ONGs em promover a divulgação de experiências e narrativas pessoais dos ativistas presentes na marcha e de promover uma conexão entre eles. Já a *hashtag* #cop15 demonstrou uma maior importância em prover recursos informacionais e organizacionais à partir das mídias médias, devido ao caráter de indexação da informação relevante dessa *hashtag* autogestionada.

Já em relação ao controle de informações nos fluxo de tweets das *hashtags* das marchas do clima, é possível notar uma grande diferença: enquanto a *hashtag* #TheWave refletia um espaço de protesto mais organizado e centralizado por uma organização, a *hashtag* #cop15 reflete uma descentralização e o gerenciamento da informação de forma coletiva pelos atores. No entanto, ambas apresentaram informações consistentes com o assunto tratado e poucas discussões violentas em caso de desacordos.

A hashtag #TheWave apresentou 68% dos *tweets* relacionados a uma descrição do evento em tempo real, e 28,9% expressando solidariedade com o ato de protesto. Apenas 11% dos *tweets* apresentam informações logísticas sobre a marcha, o que sugere que a coalizão estava dando suporte aos participantes por outros meios de comunicação. Menos de 10% dos atores que estavam *tweetando* eram da coalizão, mas eles foram capazes de controlar o caráter das mensagens *tweetadas* ao redor da hashtag #TheWave.

Já a *hashtag* #cop15 apresentou um grande volume de *tweets* com descrições da marcha em Copenhagen – 61.2% - mas poucas expressões de solidariedade, presentes em apenas 13,2% dos *tweets* e ainda menos mensagens sobre logística, representadas em só 6,2%. Isso demonstra que a organização o evento estava sendo feita de outras formas de comunicação e que a *hashtag* #cop21 apresentava uma janela para o evento e reunia outros recursos informativos adicionais para serem compartilhados pelos atores.

O principal mérito do artigo é mostrar que na esfera pública do Twitter existe uma maior força da voz dos ativistas, organizações especializadas e mídias

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

alternativas no debate público, como pode ser visto na análise da *hashtag* #cop15. Além disso, o fato dos participantes da marcha The Wave terem utilizado a hashtag proposta pela SCCC para expor suas narrativas pessoais, tornando a #TheWave tendência no Twitter no dia da marcha também demonstra uma ação digital de ativismo.

A formação de redes transversais de relacionamento entre atores do processo de ativismo no Twitter evidencia o impacto da comunicação digital no processo de ativismo. A identificação deste processo é realizada pela análise dos perfis de usuários que geram os *tweets* ao redor de uma *hashtag*, mostrando quais atores estão inseridos no mesmo debate público, e como eles se referenciam com menções ou retweets. Além disso, é possível identificar quais atores estão conectados entre si através de hiperlinks presentes nos tweets. Os hyperlinks são uma forma de expandir e referenciar conteúdo hospedado em outra interface da web, que sempre é gerida por um individuo ou organização (pode ser um blog, um site ou até outro *tweet*).

Por isso, tantos os *tweets* quanto os *hyperlinks* em geral exercem um papel estrutural na formação de espaços de protesto, gerando conexões transversais de relacionamento entre atores através da troca de informações. Isso ocorre porque ativistas podem se conectar outros ativistas ou organizações através do Twitter e dos *hyperlinks* que não poderiam acessar tão facilmente fora do ambiente digital.

No entanto, a análise do fluxo transnacional dessa troca de informações poderia ser mais aprofundada, para ser possível entender melhor o papel de diferentes regiões do globo em relação ao processo de ativismo de mudanças climáticas. Também poderia ter sido discriminado o alcance dos *tweets* de cada rede epistêmica colocada na análise dos autores, para uma compreensão melhor da penetração do debate de mudanças climáticas para públicos não orientados ao debate, além de prover uma dimensão sobre a capacidade de influência dos atores que mais publicam, ou tem o maior alcance em suas publicações. Além de elucidar questões do ativismo na causa de mudanças climáticas, este detalhamento poderia trazer informações que contribuiriam para análise que Segerberg e Bennett realizam sobre o sistema de mídia global ao analisar as fontes de informação privilegiadas no Twitter, mostrando que no caso de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

mudanças climáticas existe uma quebra de enquadramento e agenda setting através do grande volume de informações geradas e discutidas entre si pela esfera de ativistas ao redor das mídias médias.

Já a análise do fluxo de informações anuais do Twitter sobre mudanças climáticas de Kirilenko e Stepchenkova (2014) busca analisar de forma mais próxima o sistema de mídia global e a dominação dos processos de *agenda setting* na publicação de informações sobre as ações e causas de ativismo. Para tal, as autoras avaliaram o número total de *hyperlinks* no debate geral sobre mudanças climáticas ao longo de um ano no Twitter. É notável nos resultados da análise a semelhança entre considerar *hashtags* e termos relacionados diretamente a ações de ativismo, como foi feito por Segerberg e Bennett (2011), e analisar o debate mais amplo sobre a causa de mudanças climáticas. Os resultados apontaram para uma elite de influenciadores globais do debate, já que mais da metade dos hyperlinks estavam relacionados apenas 129 domínios, que no entanto incluíam de forma expressiva websites de mídias tradicionais e de movimentos ou ações de ativismo. No caso dos *retweets*, mais da metade também referencia apenas 0,37% dos usuários, que além dos canais de mídia tradicional e de ativistas, também inclui celebridades, blogs e agregadores de notícia, o que mostra um reconhecimento dos usuários do Twitter de fontes alternativas de informação.

No caso da análise mais extensa do debate no Twitter – por incluir mais termos e um período continuado de tempo além de eventos específicos – é possível concluir que apesar de haver uma abertura em relação ao domínio de produção e consumo de noticias para além das mídias tradicionais, o debate no Twitter também gera uma elite de influenciadores sobre as informações divulgadas por causa da grande visibilidade de poucas postagens. Além disso, as autoras indicam que os períodos com maior número de *tweets* ocorre na ocasião de publicações de artigos sobre mudanças climáticas nas mídias tradicionais, indicando que estas organizações ainda tem grande poder de *agenda-setting*.

No entanto, o enquadramento sobre as noticias possui grande modificação na medida em que novos influenciadores, assim como os usuários do Twitter em geral, compartilham os *hyperlinks* expressando sua opinião sobre o conteúdo, de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

forma a aumentar as interpretações possíveis sobre a causa de mudanças climáticas e sobre as ações de ativismo divulgadas no Twitter. Esse processo de mediação da informação através da interpretação pessoal aponta para o potencial de influência de qualquer indivíduo de mudar a opinião ou o comportamento dos membros de sua rede de contatos interpessoais. Como ocorre nas mídias sociais em geral, não existe apenas uma esfera pública de troca de informações, mas o debate geral é composto por diversas esferas públicas compostas pelas redes de relacionamento dos usuários destas plataformas. Assim, a dinâmica do debate público apresenta uma nova dimensão, como discutimos no capítulo anterior.

Esse impacto da comunicação realizada através do Twitter em relação à mudança de comportamento dos indivíduos é o cerne da análise do artigo dos de Fernandez, Piccol, Maynard, Wippoo, Meili e Alani (2016) Os autores partem do pressuposto de que o comportamento individual pode impactar no processo de mudanças climáticas e indicam que ativistas já realizam diversas campanhas nas mídias sociais com o objetivo de conscientizar a população deste potencial, e com o engajamento popular promover uma mudança de comportamento.

Dessa forma, os autores se propõem a analisar a semântica das mensagens no Twitter para relacionar o processo de comunicação social com o comportamento ambiental. Para tal, eles adaptam parâmetros de teoria de mudança comportamental em métodos computacionais para uma identificação automática de comportamento ambiental em tweets, com o objetivo de processar o grande volume de informação (big data) produzido nessa rede social.

Além do engajamento, as campanhas de ativismo ambiental querem promover a mudança de comportamento dos indivíduos, como na redução do consumo de energia elétrica por exemplo, uma ação capaz de reduzir a emissão de gases estufa e efetivamente combater o processo de mudanças climáticas. Os autores usam a teoria de 5 portas de Robison (apud FERNANDEZ; PICCOLO; MAYNARD; WIPOO, MEILI; ALANI, 2016) para analisar como as mensagens nas mídias sociais representam um estágio diferente de comportamento. Os estágios são de atração, contexto favorável, realização, atenção positiva e convite à ação.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Atração indica que as pessoas precisam querer adotar um novo comportamento social, principalmente para evitar frustrações, sendo a primeira etapa. O contexto favorável demonstra o segundo passo, no qual as pessoas estão mudando seu entorno para adotar um novo comportamento. Realização mostra as pessoas já agindo de forma diferente. Atenção positiva é demonstrada quando as pessoas já comunicam aos outros suas experiências e historias de sucesso para influenciá-los. E por fim, o convite à ação expressa uma declaração ou ação para que os outros mudem de comportamento para fortalecer a causa.

O primeiro passo da pesquisa deste autores foi recolher as informações sobre o movimento de ativismo ao redor da COP21 e da Hora da Terra 2015. Em geral, a maior parte das postagens foi classificada como pertencente ao estágio de atração, indicando que a maioria dos atores ainda estão expressando um desejo de mudar seu comportamento. Em segundo lugar no número de postagens está o estágio de realização, no qual os atores demonstram que já estão atuando contra as mudanças climáticas. Mesmo que no geral os atores não estejam no estágio de realizar convites à ação, isso muda durante o período da conferência, no qual há um incremento percentual de atores querendo promover o engajamento dos outros. Os atores realizando essas chamadas à ação são na sua maioria organizações ambientais como a World Wildlife Fund. A quantidade de atores no estágio de promoção de atenção positiva, apesar de não ser expressiva de modo geral, também aumenta durante o período da conferência. Apenas o percentual de atores no estágio de contexto favorável se mantem razoavelmente constante ao longo de todos os períodos.

O artigo dos de Fernandez, Piccolo, Maynard, Wippoo, Meili e Alani (2016) possui um forte caráter normativo porque propõe estratégias para melhorar a qualidade de campanhas digitais de ativismo de mudanças climáticas com objetivo de mudar o comportamento de indivíduos em relação ao seu relacionamento com o meio ambiente. Os autores usam os conceitos de conscientização, engajamento e mudança comportamental na análise dos tweets, que seriam indicativos de sucesso de campanhas digitais de ativismo, para propor melhorias nestes tipos de campanha. É interessante como essa proposta se relaciona à corrida tecnológica de uso de *big data* na promoção de mudanças na

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

realidade social e política, que como mencionado na introdução deste trabalho, é a nova fronteira das análises das redes sociais.

De acordo com os resultados, os pesquisadores realizam as seguintes recomendações para aumentar a efetividade das campanhas digitais de ativismo de mudanças climáticas. Primeiramente, como a maior parte dos atores ainda está no processo de desejo de mudança de comportamento, isso indica que eles querem mudar mas não sabem como. Logo, as campanhas devem promover mensagens com sugestões concretas de como agir contra as mudanças climáticas, especialmente de forma acessível e cotidiana.

Em relação ao pequeno número de atores que faz chamadas a ação, sendo a maior parte deles organizações e não indivíduos, as mensagens das campanhas devem focar em indivíduos e lideres comunitários engajados requisitando o apoio nas ações que realizam, além de promover seus relatos sobre suas experiências para inspirar outros indivíduos à agir. Os convites a ação são mais eficientes quando personificados em indivíduos que mudaram suas vidas para melhor e exercem um papel exemplar, já que é mais fácil de se relacionar com essas narrativas do que com chamados mais impessoais de organizações.

Por fim os autores recomendam que as campanhas de ativismo digital de mudanças climáticas sejam mais baseadas em diálogo para estimular o maior engajamento de atores nos estágios de realização e de atenção positiva como multiplicadores de mudança social. A avaliação dos pesquisadores da comunicação encontrada nas mensagens dos *tweets* é, em geral, unidirecional e voltada apenas para divulgar as ações dos atores ao público.

Em termos de limitações da análise, os próprios autores indicam que o comportamento digital dos atores é apenas uma visão parcial da realidade, limitada a um processo de ativismo digital de mudanças climáticas e não necessariamente às suas ações no mundo off-line. Alguns estudos inclusive apontam que as pessoas tendem a se pronunciar mais engajadas no mundo digital do que são atuantes em questões ambientais no seu cotidiano (KORMOS; GIFFORD, 2010 apud FERNANDEZ; PICCOLO; MAYNARD; WIPOO, MEILI; ALANI, 2016).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Além disso, não é muito bem explicada a relação da classificação dos usuários do Twitter com os perfis psicológicos escolhidos por causa da falta de explicação no artigo sobre o balanceamento nas análises das postagens – ou seja, se o volume de postagens é considerado ao determinar o perfil do usuário; ex. se um usuário postou 1000 vezes sobre o clima e outro somente quatro, então obviamente o comportamento do usuário que mais postou vai predominar, não necessariamente se configurando uma mudança de comportamento generalizada.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

6.
Considerações finais

Com a motivação de investigar qual o papel das análises de *big data* na compreensão da dinâmica entre ativismo transnacional e comunicação digital, este trabalho desenvolveu uma pequena reflexão sobre como a literatura acadêmica está retirando evidências dos rastros digitais nas mídias sociais para ver quais as potencialidades de horizontalidade da web que estão se concretizando. O debate acadêmico evoluiu de um questionamento sobre o impacto das mídias sociais em mudar estruturalmente a realidade política, também colocado como se a revolução vai ser trazia pelo Twitter' (MOROZOV, 2010) para analisar em cada contexto sociopolítico quais os impactos em termos de participação política que podem ser mensurados através das informações das mídias sociais (COLEMAN; FREELON, 2015).

O foco da discussão deste trabalho foi o processo de ativismo político no mundo contemporâneo, mostrando como a dinâmica do processo de globalização e dos avanços das práticas de comunicação digital impacta a organização dos movimentos, as causas defendidas e o repertório de ações disponíveis. A escolha por artigos que analisam o papel das mídias sociais no ativismo transnacional foi realizada porque essas mídias representam um avanço na horizontalidade da comunicação digital, ou seja, são orientadas pela produção de conteúdo dos indivíduos para trocas em redes interpessoais com diferentes extensões de publicidade. Já a escolha do ativismo de mudanças climáticas foi devido ao caráter transnacional desta causa, que depende da colaboração internacional de organizações políticas e da mudança de comportamento de indivíduos do mundo inteiro, e por isso tem ações de ativismo que transcendem fronteiras.

Para desenvolver a reflexão de forma estruturada, o capítulo inicial explorou as diferentes perspectivas disciplinares sobre ativismo político nos estudos sobre democracia e movimentos sociais à partir da década de sessenta. Todas essas linhas de pesquisa buscavam entender o engajamento dos indivíduos na participação de processos de ativismo, inclusive no debate público, com uma divisão entre uma visão mais economicista – sobre custos e vantagens individuais em participar – e uma visão mais voltada para a dinâmica de formação de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

identidade política à partir do ambiente sociopolítico e cultural (ALMOND E VERBA, 1963; VERBA E NIE, 1972; NIE E KIM, 1978; OLSON, 1965; DOWNS,1957).

O capítulo seguinte investigou as dimensões transnacionais do ativismo, que com a influência da comunicação digital e do processo de globalização passaram a ter uma nova configuração: a organização dos movimentos se tornou mais fluida, e não organizada em associações hierárquicas, passando a ser composta por redes de indivíduos ao redor de ações pontuais relacionadas a causas universalistas. Tanto as redes de ativismo, como a formação de suas causas e as ações realizadas não são mais limitadas geograficamente e são facilitadas pelas comunicação digital, além de impactadas pela sua lógica de horizontalidade (CASTELLS, 2013; DELLA PORTA E DIANI, 2009; TARROW, 2006; DARROW, TILLY, TARROW, 2001).

Logo, o quarto capítulo explora os detalhes na semelhança da lógica de produção de conteúdo e ideias de forma descentralizada e individualizada na web e o mesmo tipo de processo na configuração das causas de ativismo transnacional. A web também permite uma maior facilidade de realizar novas conexões entre ativistas, facilitando a organização de suas ações e gerando mais visibilidade de suas narrativas alternativas à mídia tradicional (BENNETT, 2003; CASTELLS, 2013). Além das expressões digitais do ativismo transnacional, também são analisadas novas ações de ativismo que ocorrem na web, e mais especificamente o papel das mídias sociais em relação a essa dinâmica entre ativismo transnacional e a comunicação digital (VIEIRA, 2016; VAN AELST; VAN LAER, 2010).

Com objetivo de ilustrar o debate sobre a dinâmica da comunicação digital e ativismo transnacional, inclusive das potencialidades da web em aumentar o alcance das redes de ativismo, trazer ganhos de visibilidade das ações e causas ativistas, divulgar informações alternativas às mídias tradicionais e mudar a construção discursiva e identitária de causas, foi realizada uma breve revisão da literatura acadêmica sobre ativismo de mudanças climáticas nas mídias sociais. Essa reflexão foi baseada em duas perguntas de pesquisa: quem são os ativistas envolvidos no debate público de mudanças climáticas nas mídias sociais; e como a formação de redes de relacionamento entre ativistas no debate público promovido pelas mídias sociais é analisada pelos acadêmicos.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Nos artigos analisados (SEGERBERG; BENNETT, 2013; KIRILENKO; STEPCHENKOVA, 2014; NEWMAN, 2016; ASKANIUS; ULMAN, 2011), os autores conseguem encontrar evidências de que os atores dos processos de ativismo estão presentes em diversas partes do globo, e que sua presença no debate público é mais expressiva em volume de conteúdo gerado do que as mídias tradicionais. Isso ocorre pela presença de ongs, indivíduos e redes de ativistas, além de veículos de mídia alternativa que podem ser vistos como ativistas no contexto do debate público nas mídias sociais, na medida em que se propõem a divulgar informações alternativas ao agenda setting e enquadramento das mídias tradicionais, mudando as dimensões do debate público.

No entanto, a análise geográfica aponta para o dilema da inclusão digital, já que o maior volume de informação de ativismo em mudanças climáticas é produzida em grandes centros urbanos, de preferencia em países desenvolvidos. Também foi visto como grandes organizações transnacionais, celebridades e veículos de mídia com grande público – tanto mídias alternativas quanto tradicionais – ainda são os principais influenciadores do discurso nas redes sociais por possuírem muitos seguidores, e assim obterem maior alcance no debate público. Apesar de colocar a mídia tradicional em cheque, organizações pequenas e indivíduos ainda tem menor visibilidade em relação ao grande público.

Ainda sobre a questão da visibilidade, todos os artigos indicam que existe um pico de produção de postagens nas mídias sociais durante eventos capazes de gerar notícias, como atos de protesto com ocupação de espaço público, ou conferências internacionais que reúnem lideranças políticas de forma a mobilizar os ativistas, que tentam influenciar os debates e tomadas de decisões relacionados a esses eventos. Isso mostra que a disputa por atenção nas mídias sociais também ocorre como na mídia tradicional, mas pelo menos os ativistas são capazes de colocar seus pontos de vista, causas e reivindicações na pauta de discussões do debate público promovido pela mídia. Seria interessante realizar mais pesquisas sobre como estes eventos ocorrem, além de obter mais informações sobre como são formadas as conexões entre ativistas de causas diversas orientadas a fortalecer os protestos como todo em um evento específico.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Já a análise de conteúdo postado ao redor de uma ação ou causa ativista foi capaz de demonstrar que os enquadramentos explicitados nos debates nas mídias sociais negociavam os limites da ação de ativismo em nome do combate às mudanças climáticas. Ao questionar o uso da violência e da imagem de ativistas como guerrilheiros como forma de agir em um protesto de rua, é possível ver uma negociação sobre como realizar um protesto de acordo com as posições políticas heterogêneas de ativistas dentro de uma mesma causa, evidenciando a fluidez da configuração das causas no ativismo transnacional contemporâneo, além do papel das mídias sociais na organização de ações de ativismo. O mesmo pode ser colocado sobre a necessidade de se realizar uma mudança de paradigma de consumo para combater as mudanças climáticas, ou apenas reduzir as emissões com medidas compatíveis com o sistema capitalista, tal como privilegiar o transporte público e usar fontes renováveis de energia. Porém, não houve uma continuidade na análise da ação referenciada no artigo de Askanius e Ulman (2014), de maneira a entender o impacto da discussão pública em relação ao protesto realizado em Copenhagen.

Por isso que os artigos também realizam uma análise das conexões em rede dos ativistas através do uso de *hashtags* comuns, que indexam as ações e causas de mudanças climáticas nas mídias sociais, assim como os *hyperlinks* utilizados nas postagens, que mostram como os conteúdos publicados estão relacionando os diversos atores envolvidos no debate público (SEGERBERG; BENNETT, 2013; KIRILENKO; STEPCHENKOVA, 2014; NEWMAN, 2016). Essa análise indica que existe uma maior visibilidade de fontes de informação provenientes do ativismo por causa da indicação que os hyperlinks mais postados, além de informações mais *retweeadas*, são produzidas por ativistas de mudanças climáticas e mídia alternativa. É interessante notar como são formadas redes de conexão entre os ativistas porque eles estão sempre se referenciando nas suas postagens, gerando força na sua influência no debate publico e facilitando a troca de informação em redes epistêmicas. No entanto, o quanto de novas ações coordenadas acontecem a partir destas conexões e quais informações específicas são trocadas pelos ativistas ainda não é analisado pelos autores focados em ativismo nas mudanças climáticas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

Já a análise do conteúdo das postagens voltada para classificação dos atores de acordo com seu potencial de influenciar o seu entorno na realização de mudanças de comportamento individual no combate a mudanças climáticas valoriza o papel do discurso como construtor da realidade social (FERNANDEZ; PICCOLO; MAYNARD; WIPOO, MEILI; ALANI, 2016). Essa visão das mídias sociais é otimista em relação a capacidade de se moldar a comunicação a públicos específicos para gerar mudanças sociais e sobre o grau de influencia maior do discurso de um indivíduo na esfera de debate das mídias sociais por causa dos relacionamentos sociais que criam esse ambiente de debate. No entanto, como não há uma medição do efeito das campanhas de comunicação nos recipientes das ações, não se sabe a extensão da mudança comportamental ligada ao discurso, apenas uma indicação do potencial.

A reflexão sobre a literatura de ativismo de mudanças climáticas nas mídias sociais consegue extrair evidências dos potenciais da comunicação digital em expandir o alcance dos ativistas na promoção de seus discursos e ações no debate público, além de criar conexões complementares as suas redes de atuação. No entanto, a relação entre as informações provenientes das mídias sociais e comportamento off-line ainda pode ser melhor exploradas em pesquisas futuras. Pesquisas que analisam se os indivíduos mudam suas atitudes e discursos após serem expostos às informações de ativistas, e se o discurso nas redes atrai novos participantes nas ações online e off-line dos movimentos de ativismo podem esclarecer melhor o contexto entre a dimensão online e off-line de ativismo.

Além disso, a obtenção de informações sobre o perfil social do público dos ativistas – como gênero, idade, nível educacional, interesses específicos declarados nas redes, profissão etc. – é capaz de auxiliar na contextualização e otimização das campanhas nas mídias digitais. Este tipo de análise mais aprofundada já é realizada por profissionais de marketing com objetivos comerciais, e em campanhas políticas, mas são pouco visíveis nos estudos acadêmicos sobre ativismo.

Um maior aprofundamento sobre os temas tratados nos discursos postados online também seria interessante para compreender melhor o enquadramento das causas ativistas, além do agenda-setting: seria interessante saber se existe uma

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

preferência sobre o debate de fontes de energia, mudança no padrão de consumo, taxas de carbono no debate de mudanças climáticas, por exemplo, para saber as limitações sobre como as questões fundamentais da causa são tratadas, e quais questões estão sendo ignoradas do debate público.

Por fim, é possível ver através de uma reflexão sobre a literatura de ativismo e comunicação digital que a análise de *big data* é capaz de trazer evidências sobre como a internet aumenta o alcance do discurso, ações e redes que organizam os processos de ativismo. No entanto, a complexidade de lidar com um volume grande de informações do ambiente digital, assim como relacioná-las com as ações e efeitos sociais off-line, ainda faz com que muitas pesquisas devam ser realizadas para aprofundar o conhecimento sobre a dinâmica entre ativismo e comunicação digital. Este aprofundamento é o desafio da análise de *big data*, que ao identificar cada vez mais nichos de perfil político e social, mais potencial gera na criação de campanhas de comunicação que atenda aos públicos específicos e seja capaz de promover mudanças de comportamento e gerar engajamento nos processos de ativismo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

7.
Referências bibliográficas

ABBAR, S. et al. **Using Twitter to Understand Public Interest in Climate Change: The case of Qatar**. arXiv preprint arXiv:1603.04010. 2016.

ACKERMAN, P.; DUVALL, J. **A force more powerful: A century of non-violent conflict**. Palgrave Macmillan, 2000.

ANSTEAD, Nick; CHADWICK, Andrew. "Parties, election campaigning, and the Internet Toward a comparative institutional approach." **The Routledge handbook of Internet politics.** P. 56-71. 2008.

ASKANIUS, T.; ULDAM, J. Online social media for radical politics: climate change activism on YouTube. **International journal of electronic governance.** 4(1-2), p. 69-84. 2011.

ASSANGE, J. et al. **Cypherpunks: Freedom and the Future of the Internet**. OR books. 2012.

AVRITZER, Leonardo. Sociedade civil, instituições participativas e representação: da autorização à legitimidade da ação. Dados [online], vol.50, n.3, pp. 443 a 464. 2007

AYRES, J. M. From the streets to the Internet: The cyber-diffusion of contention. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science.** 566(1), p. 132-143. 1999.

BACHRACH, P.; BARATZ, M. "Decisions and Nondecisions: An Analytical Framework," **American Political Science Review**. P. 632-42. September, 1963.

BARBER, B. Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age. Berkeley: University of California Press. 1984.

BARBERÁ, P. et al. Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber?. **Psychological science.** 26(10), p.1531-1542. 2015.

BAUMAN, Zygmunt. "Soil, blood and identity." The sociological review 40.4: 675-701. 1992.

BEKKERS, V. et al. New media, micromobilization, and political agenda setting: Crossover effects in political mobilization and media usage. **Information Society**. 27, p.209-219. doi:10.1080/01972243.2011.583812. 2011.

BENNETT, W. **Communicating global activism. Information, Communication & Society.** 6 (2), p.143-168. 2003.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

_____. Social movements beyond borders: understanding two eras of transnational activism. **Transnational protest and global activism.** 203, p.26. 2005.

BENNETT, W. L.; SEGERBERG, A. Digital media and the personalization of collec- tive action: Social technology and the organization of protests against the global eco- nomic crisis. **Information, Communication & Society.**14, p.770-799. doi:10.1080/ 1369118X.2011.579141. 2011.

BIMBER, Bruce, FLANAGIN, Andrew J, and STOHL, Cynthia "Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment." ***Communication Theory*** 15.4: 365-388. 2005

BORTREE, D. S. (2010, March). The state of environmental communication: A survey of PRSA members. In **13 TH INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS RESEARCH CONFERENCE.** p. 47. March, 2010.

BOURDIEU, P. Reproduction in Education, Culture and Society. London: Sage. 1970.

BOYD, Danah. "Can social network sites enable political action." *International Journal of Media and Cultural Politics* 4.2 (2008): 241-244.

BRINGEL, Breno. "Ativismo transnacional, o estudo dos movimentos sociais e as novas geografias pós-coloniais." Estudos de Sociologia 2.16 (2014): 185-215. 2014.

BUGEJA, M. **Interpersonal divide: The search for community in a technological age.** New York: Oxford University Press. 2004.

CAMMAERTS, Bart. Critiques on the participatory potentials of Web 2.0. **Communication, culture & critique.** 1 (4), p. 358-377. 2008.

CAMMAERTS, Bart; CARPENTIER, Nico. **Reclaiming the media: communication rights and democratic media roles**. Bristol, UK, Intellect, p. 217-224. ISBN 9781841501635. 2007.

CAPONE, Leticia Varela. **Twitter e esfera pública: pluralidade e representação na discussão sobre o Marco Civil da Internet.** Tese de Mestrado Programa de Pós-graduação em Comunicação Social. PUC-Rio, 2015.

CAREY, James. "Communication as culture: Essays on media and culture." 1989.

CARR, Caleb T., and HAYES, Rebecca A. "Social media: Defining, developing, and divining." *Atlantic Journal of Communication* 23.1: 46-65. 2015.

CARR, Madeline. A Political History of the Internet: A Theoretical Approach to the Implications for US Power. In: CONFERENCE PAPERS- INTERNATIONAL STUDIES ASSOCIATION. Nova York. Anais...Nova York: ICA, p. 1-39. 2009

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

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

CHOUCRI, N. **Cyberpolitics in international relations**. MIT Press. 2012.

CHRISTENSEN, H. S. Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means?. **First Monday.** 16(2). 2011.

CISSÉ-DEPARDON, K.; N'GOALA, G. (2009). The effects of satisfaction, trust and brand commitment on consumers' decision to boycott. **Recherche et Applications en Marketing (English Edition).** 24(1), p.43-66. 2009.

COHEN, Jean, and ARATO, Andrew. "Politics and the Reconstruction of the Concept of Civil Society." ***Cultural-political interventions in the unfinished project of enlightenmen****t* pp.120-142. 1992

COLEMAN, J. S. '**Social capital in the creation of human capital**.' American Journal of Sociology 94: 95-120. 1988.

COLEMAN, S.; FREELON, D. (Eds.). **Handbook of Digital Politics**. Edward Elgar Publishing. 2015.

COULDRY, N. **Media, society, world: Social theory and digital media practice**. Polity. 2012.

_____. **Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism**. Sage publications. 2010.

DAHL, R. **Who Governs: Democracy and Power in an American City**. New Haven: Yale, UP. 1961.

DAHLGREN, P. Parameters of online participation: conceptualizing civic contingencies. **CM-časopis za upravljanje komuniciranjem.** 6(21), p.87-109. 2011.

DALTON, R. J. **Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies,** 3rd ed. New York: Chatham House. 2002.

DE BOER, C.; Velthuijsen, A. S. Participation in conversations about the news. **International Journal of Public Opinion Research**. 13, p.140-158. doi:10.1093/ijpor/13.2.140. 2001.

DEAN, J. Communicative capitalism: Circulation and the foreclosure of politics. **Cultural Politics.** 1(1), p.51-74. 2005.

DEAN, J. **The communist horizon.** Verso Books, 2012.

DELAURE, M.; FINK, M.; DERY, M. (Eds.). **Culture jamming: Activism and the art of cultural resistance**. NYU Press. 2017.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

DELLA PORTA, D.; DIANI, M. **Social movements: An introduction**. John Wiley & Sons. 2009

DELLA PORTA, Donatella, and MOSCA, Lorenzo. "Ricercando nella rete: stili democratici dei siti web del movimento per una giustizia globale." Rassegna italiana di sociologia 47.4: 529-556. 2006.

DELLA PORTA, Donatella, and TARROW, Sidney G. eds. **Transnational protest and global activism.** Rowman & Littlefield, 2005.

DEWEY, J.; ROGERS, M. L. **The public and its problems: An essay in political inquiry**. Penn State Press. 2012.

DOWNS, A. An economic theory of political action in a democracy. **Journal of Political Economy** 65.2. p.135-150.1957.

EARL, J.; KIMPORT, K. **Digitally enabled social change: Activism in the Internet age**. Cambridge, MA: MIT Press. 2011.

ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1), p.210-230. 2007.

ELLISON, N. B.; STEINFIELD, C.; LAMPE, C. The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communication**. 12(4), 1143–1168. 2007

EVELAND, W. P. Jr. The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration. **Political Communication**. 21, p.177-193. 2004.

FERNANDEZ, Miriam. et al. Talking Climate Change via Social Media: Communication, Engagement and Behaviour. In: **WebSci '16 Proceedings of the 8th ACM Conference on Web Science**. ACM, New York, USA, p. 85–94. 2016.

FOUCAULT, M. **Estrategias de poder**. 1999.

FRASER, N. Politics, culture, and the public sphere: Toward a postmodern conception. Cambridge University Press. P.287-312. 1995.

_____. Special section: Transnational public sphere: Transnationalizing the public sphere: On the legitimacy and efficacy of public opinion in a post-Westphalian world. **Theory, culture & society**. 24(4), 7-30. 2007.

GABRIEL A. Almond and Sidney Verba. 1989 [1963].The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. Thousand Oaks, CA: Sage. See also Gabriel Almond and Sidney Verba. Eds. 1980. The Civic Culture Revisited. Boston: Little Brown.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

GAMSON, W.A. "Promoting Political Engagement," In: W. L. Bennett; R.M. Entman, eds, **Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy**. New York, Cambridge University Press, p. 56-74. 2001.

GIDDENS, A. **Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age**. Stanford, Stanford University Press. 1991.

GIL DE ZÚÑIGA, H.; JUNG, N.; VALENZUELA, S. Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation**. Journal of Computer-Mediated Communication**. 17(3), 319-336. 2012.

GITLIN, T. 1981, **The Whole World Is Watching**. Berkeley, University of California Press. 1981.

GLADWELL, M. Small change: Why the revolution will not be tweeted. **New Yorker**. p. 42-49. October 4, 2010.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera Pública. Tempo Brasileiro**. Rio de Janeiro Massachusetts, The MIT Press. 2001.

HAFNER-BURTON, E. M. Sticks and stones: Naming and shaming the human rights enforcement problem. **International Organization**, 62(04), p.689-716. 2008.

HARTWIG, M. **Paris Climate Conference Politics on the Internet**. Post 2015.

HELD, D.; MCGREW, A. **Globalization/anti-globalization: Beyond the great divide**. Polity. 2007.

HOPKE, J. E. Hashtagging politics: Transnational anti-fracking movement Twitter practices. **Social Media+ Society**. 1(2), 2056305115605521. 2015.

JASPER, J.M. **The Art of Moral Protest: Culture, Biography, and Creativity in Social Movements.** Chicago: University of Chicago Press. 1997.

JENKINGS, Henry. **Convergence culture: Where old and new media collide**. NYU press, 2006.

JORDAN, T.; TAYLOR, P. A. **Hacktivism and Cyberwars: Rebels with a Cause.** Routledge, London. 2004.

KALDOR, M. **Global civil society: An answer to war**. John Wiley & Sons. 2013.

KASSAB, Hanna Samir. "In search of cyber stability: international relations, mutually assured destruction and the age of cyber warfare." *Cyberspace and International Relations*. Springer Berlin Heidelberg, 2014. 59-76. 2014.

KECK, M. E.; SIKKINK, K. **Activists beyond borders: Advocacy networks in international politics.** Cornell University Press. 2014.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

KIDD, D. ‘Indymedia.org: a new communication commons’, In: **Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice**, eds M. McCaughey & M. D. Ayers, Routledge, New York, London, p. 47–70. 2003.

KIRILENKO, Svetlana O. Stepchenkova, Public microblogging on climate change: One year of Twitter worldwide, **Global Environmental Change.** Volume 26, p. 171-182. May 2014

KLENK, L.; PRUDENCIO, K. ‘A comunicação das Prefs: considerações preliminares sobre o alcance do Facebook como ferramenta de democracia digital’ In: **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática. Sivaldo pereira da silva; rachel callai Bragatto e rafael cardoso sampaio (org.).** Rio de Janeiro: Folio Digital: letra e imagem’. 2016.

KRAPP, P. Terror and play, or what was hacktivism?. **Grey Room**. (21), p.70-93. 2005.

KRAUT, R. E. et al. Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? **American Psychologist.** 53(9), p.1017–1031. 1998.

LEANDER, A. The power to construct international security: On the significance of private military companies. **Millennium.** 33(3), p.803-825. 2005.

LEISEROWITZ, A. et al. **Global Warming’s Six Americas**. New Haven: Yale University and George Mason University, p.58. 2010.

LIAO, Q. V.; FU, W. T. Beyond the filter bubble: interactive effects of perceived threat and topic involvement on selective exposure to information. In: **Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems.** P. 2359-2368. ACM. April, 2013.

LIMA JUNIOR, Humberto Machado. Resenha do livro “Tweets and the Streets”, de Paolo Gerbaudo. **Revista Estudos Políticos: a publicação eletrônica semestral do Laboratório de Estudos Hum(e)anos (UFF) e do Núcleo de Estudos em Teoria Política (UFRJ). Rio de Janeiro**. Vol. 5 | N. 2, p. 701 – 704, dezembro 2014. Disponível em: http://revistaestudospoliticos.com/.

LUKES, Steven. Power: **A Radical View**. 2nd ed., London, Palgrave.

MALIN, B.J. A very popular blog: the Internet and the possibilities of publicity. *New Media & Society* 13(2): 187–202. 2011.

MARGETTS, Helen, et al. "Social information and political participation on the internet: an experiment." *European Political Science Review* 3.3: 321-344. 2011

MAYNARD, D.; BONTCHEVA, K. Understanding climate change tweets: an open source toolkit for social media analysis. In: **29th International Conference on Informatics for Environmental Protection (EnviroInfo 2015)**. Copenhagen. 2015.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

MCADAM, D; TARROW, S.; TILLY, C. "Dynamics of contention." **Social Movement Studies** 2.1: pp.99-102. 2003

MCCOSKER, Anthony. "Social media activism at the margins: Managing visibility, voice and vitality affects." *Social Media+ Society* 1.2: 2056305115605860. 2015.

MCLEOD, D. M. Communicating deviance: The effects of television news coverage of social protest. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**. 39, p.4-19. 1995.

MCLEOD, J. M.; SCHEUFELE, D. A.; MOY, P. Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. **Political Communication**. 16, p.315–336. 1999.

MELUCCI, A. A invenção do presente. **Petrópolis: vozes**. 2001.

MERRY, Melissa K. Broadcast Versus Interaction: Environmental Groups' Use of Twitter, **Journal of Information Technology & Politics**. 11:3, p.329-344, DOI: 10.1080/19331681.2014.933723. 2014.

MOROZOV, Evgeny. **The net delusion: How not to liberate the world**. Penguin UK, 2011.

MOSER, S. C.; DILLING, L. Communicating climate change: closing the science-action gap. **The oxford handbook of climate change and society. Oxford University Press, Oxford**. p.161-174. 2011.

NEWMAN, Todd P. "Tracking the release of IPCC AR5 on Twitter: Users, comments, and sources following the release of the Working Group I Summary for Policymakers." **Public Understanding of Science**. 2016.

NIE, N. H. Sociability, interpersonal relations, and the internet: Reconciling conflicting findings. **American Behavioral Scientist.** 45, p.420–435. 2001.

NISBET, Matthew C. **Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement, Environment: Science and Policy for Sustainable Development**. 51:2, p.12-23, DOI: 10.3200/ENVT.51.2.12-23. 2009.

NORRIS, P. **A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies**. Cambridge, UK: Cambridge University Press. 2000.

_____. **Digital Divide: Civic engagement, information poverty and the internet worldwide**. Cambridge University Press. 2001.

_____. Political activism: New challenges, new opportunities. **The Oxford handbook of comparative politics**. p.628-652. 2007.

NORTH, P. The politics of climate activism in the UK: a social movement analysis. **Environment and Planning A**. 43(7), p.1581-1598. 2011.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

NYE, Jr, Joseph S. *Cyber power*. HARVARD UNIV CAMBRIDGE MA BELFER CENTER FOR SCIENCE AND INTERNATIONAL AFFAIRS, 2010.

OLSON, M. **Logic of collective action public goods and the theory of groups.** Rev. ed.1965.

PAMMENT, James. "Digital diplomacy as transmedia engagement: Aligning theories of participatory culture with international advocacy campaigns." **New Media & Society** 18.9 (2016): 2046-2062.

PARK, N.; KEE, K. F.; VALENZUELA, S. Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. **CyberPsychology & Behavior**. 12, 729-733. doi:10.1089/cpb.2009.0003. 2009.

PEARCE, K. E.; KENDZIOR, S. Networked authoritarianism and social media in Azerbaijan. **Journal of Communication**. 62, p. 283-298. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01633.x. 2012.

PICKERILL J. **Cyberprotest: Environmental Activism Online**. Manchester: Manchester University Press; p.224. 2003.

PIERRE, Lévy; LEMOS, André. **O futuro da Internet**. Paulus. Rio de Janeiro, 2010.

PIPER, Nicola, and UHLIN, Anders. "New perspectives on transnational activism." *Transnational activism in Asia: Problems of power and democracy* (2004): 1-25. 2004

PRIOR, M. **Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections**. New York: Cambridge University Press. 2007.

PRUDENCIO, Kelly C. S. Comunicação e mobilização política na Internet. **Extensão em Foco**. (4). 2009.

_____. **Mídia ativista. A comunicação dos movimentos por justiça global na internet**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

_____. Mídia e movimentos sociais: um esboço metodológico a partir da frame analysis de Erving Goffman. In: **IV Encontro da Compolítica**. Universidade do Rio de Janeiro, 2011.

PUTNAM, R.D. `Bowling Alone: America's Declining Social Capital' , **Journal of Democracy**. 6(1), p.65-78. 1995.

RHEINGOLD, H. **Smart Mobs: The Next Social Revolution**. New York: Perseus. 2002.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

RICHARDSON JR, Gleen W. **Social Media and Politics: A New Way to Participate in the Political Process**. W. ABC-CLIO. ISBN 1440839514, 9781440839511. 2016.

RICHEY, L. A.; PONTE, S. Better (Red)™ than Dead? Celebrities, consumption and international aid. **Third world quarterly**, 29(4), p.711-729. 2008.

ROJAS, H.; PUIG-I-ABRIL, E. Mobilizers mobilized: Information, expression, mobilization and participation in the digital age. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 14, p.902-927. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01475.x. 2009.

RUCHT, D. The quadruple 'A'. **New media, citizens and social movements**. 25. 2004.

_____. **The spread of protest politics**. 2007.

SAMPAIO, R. C. Participação Política E Os Potenciais Democráticos Da Internet. **Revista Debates**. v. 4, n. 1, p. 29-53, 2010.

SAMPAIO, R. C.; BRAGATTO, R. C.; NICOLÁS, M. A. A construção do campo de internet e política: análise dos artigos brasileiros apresentados entre 2000 e 2014. **Revista Brasileira de Ciência Política**, (21), p.287-322. 2016.

SANDOVAL-ALMAZAN, R.; GIL-GARCIA, J.R. Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements. **Government Information Quarterly**. 31, p.365–378. Elsevier. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.016. 2014.

SCHMITTER, P. C. Reflexões sobre o conceito de política. **Curso de Introdução à Ciência Política-Unidade I. Brasília: UnB**. p.29-35. 1982.

SCHUMPETER, J. **Capitalism, Socialism and Democracy**. London: George Allen & Unwin, 4th ed. 1952.

SCOLARI, Carlos A. "Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory." *Communication Theory* 22.2 (2012): 204-225. 2012.

SEGERBERG, A.; BENNETT, W. L. Social media and the organization of collective action: Using Twitter to explore the ecologies of two climate change protests. **The Communication Review**. 14(3), p.197-215. 2011.

SEIB, Philip. *Real-time diplomacy: politics and power in the social media era*. Springer, 2012.

SHAH, D. V.; ROJAS, H.; CHO, J. Media and civic participation: On understanding and misunderstanding communication effects. In: J. Bryant; M. B. Oliver (Eds.), **Media effects: Advances in theory and research.** 3rd ed., p. 207–227. New York: Routledge. 2009.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

SHAH, D.; GIL DE ZÚÑIGA, H. Social capital. In Paul J. Lavrakas (Ed.). **Encyclopedia of Survey Research Methods**. p. 454–455. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 2008.

SILVA, R. H. A. D.; ZIVIANI, P. Ruas e redes–dinâmica dos protestos BR. **Belo Horizonte: Autêntica**. 2014.

SOBEL, Joel. **"Can we trust social capital?."** *Journal of economic literature* 40.1: 139-154. 2002.

SORJ, Bernardo, and Sergio FAUSTO. **"Ativismo político em tempos de internet."** *São Paulo: Plataforma* (2016).

STOLLE, D.; HOOGHE, M.; MICHELETTI, M. 'Politics in the supermarket: political consumerism as a form of political participation', **International Political Science Review**, vol. 26, no. 3, p. 245–269. 2005.

STROMER-GALLEY, Jennifer, and WICHOWSKI, Alexis. "Political discussion online." **The handbook of internet studies** 11 (2011): 168.

TARROW, S. "Fishnets, Internets, and Catnets: Globalization and Transnational Collective Action," In: M. P. Hanagan; L. P. Moch; W. Brake, eds., **Challenging Authority: The Historical Study of Contentious Politics**. Minneapolis, University of Minnesota Press. 1998.

TARROW, S. Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics, 2nd edn. Cambridge: University of Cambridge Press. 1998

TARROW, Sidney, and TILLY, Charles. "Contentious politics and social movements." **The Oxford handbook of comparative politics**. 2007.

TILLY, C. **From Mobilization to Revolution**, Reading, Addison-Wesley. 1978.

TILLY, T, and TARROW, S. **Contentious Politics**. 2nd Edition. Oxford University Press. *2015*.

TROTTIER, D.; FUCHS, C. **Social media, politics and the state: protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and YouTube**. Vol. 16. Routledge. 2014.

ULDAM, J.; ASKANIUS, T. Online Civic Cultures? Debating Climate Change Activism on YouTube. **International Journal of Communication**. 7, p.20. 2013.

VALENZUELA, S. Unpacking the use of social media for protest behavior: The roles of information, opinion expression, and activism. **American Behavioral Scientist**. 57(7), p.920-942. 2013.

VERBA, S.; NIE, N. **Participation in America: political democracy and social equality.** University of Chicago Press, Chicago, IL. 1972.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA

VERBA, S.; NIE, N.; KIM, J. **Participation and Political Equality: A Seven-Nation Comparison.** Cambridge: Cambridge University Press. 1978

VIEIRA, Vivian Patrícia Peron. **Os efeitos da comunicação digital na dinâmica do ativismo transnacional contemporâneo: um estudo sobre Al-Qaeda, Wikileaks e Primavera Árabe**. Tese de Doutorado Programa de Pós-graduação em Relações Internacionais. Universidade de Brasília, 2016.

WELLMAN, B. et al. Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. **American Behavioral Scientist**. 45(3), p.436. 2001.

YUN, S.; CHANG, W.-Y. Political participation of teenagers in the information era. **Social Science Computer Review**. 29, p.242-249. doi:10.1177/0894439310363255. 2011.

ZHANG, W. et al. The revolution will be net- worked. **Social Science Computer Review**. 28, 75-92. doi:10.1177/0894439309335162. 2010.

ZHANG, W.; CHIA, S. C. The effects of mass media use and social capital on civic and political participation. **Communication Studies.** 57, p.277–297. 2006.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1512868/CA