



A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO PARA A MOBILIZAÇÃO SOCIAL NO AMBIENTALISMO BRASILEIRO: UM ESTUDO SOBRE A FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA

ALMEIDA, Mariana Eunice Alves de
Estudante de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC (UFABC)
mariana.eaa@gmail.com

202

SERRA, Neusa
Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do ABC (UFABC)
neusa88@gmail.com

RESUMO

A luta pela defesa da Mata Atlântica – um dos biomas com maior biodiversidade e também um dos mais ameaçados do mundo – configura-se como um dos eixos principais de atuação do movimento ambientalista brasileiro. No universo de organizações que atuam nesta causa, destaque é dado à Fundação SOS Mata Atlântica, que tem na mobilização social uma de suas formas de atuação mais eficientes. O objetivo deste artigo é demonstrar a importância da comunicação para a mobilização social da Fundação SOS Mata Atlântica por meio de uma pesquisa exploratória e descritiva do recente uso das redes sociais digitais como uma de suas estratégias.

Palavras-chave: Movimento Ambientalista. Mobilização Social. Fundação SOS Mata Atlântica.

ABSTRACT

The struggle for the defense of Mata Atlântica – one of the biomes with greatest biodiversity and also one of the most threatened of the world – forms one of the main acting points of Brazilian's environmentalist movement. In the universe of organizations that act in this cause, a prominence is given to Fundação SOS Mata Atlântica, which has in social mobilization one of its most efficient forms of acting. This article aims to demonstrate the importance of communication to social mobilization of Fundação SOS Mata Atlântica by an exploratory and descriptive research of the recent use of social networks as a one of its strategies.

Key words: Environmental Movement. Social Mobilization. Fundação SOS Mata Atlântica.

Introdução

O movimento ambientalista foi conquistando, ao longo de sua existência, uma grande aceitação no mundo inteiro, e suas demandas, pouco a pouco, foram e estão sendo incorporadas nas decisões políticas. A conquista dessa legitimação decorre, em grande medida, de seu caráter



plural e inclusivo, no sentido de tratar de questões fundamentais a todos, independente de credo religioso, classe social, raça, idade, nacionalidade ou opção sexual.

O ambientalismo tal qual o conhecemos hoje, formado por organizações dos mais diversos tipos e com os mais diversos objetivos, nascidas em sua maioria de movimentos reivindicatórios, teve seu impulso após a Segunda Guerra Mundial, conforme argumentam Bernardes e Ferreira (2012, p. 27):

Um dos mais importantes movimentos sociais dos últimos anos, promovendo significantes transformações no comportamento da sociedade e na organização política e econômica, foi a chamada “revolução ambiental”. Com raízes no final do século XIX, a questão ambiental emergiu após a Segunda Guerra Mundial, promovendo importantes mudanças na visão do mundo. Pela primeira vez a humanidade percebeu que os recursos naturais são finitos e que seu uso incorreto pode representar o fim de sua própria existência.

Desde seu surgimento o movimento ambientalista tem envolvido vários atores – organizações governamentais, organizações da sociedade civil, comunidade científica, setor empresarial e organismos multilaterais – os quais, mesmo mantendo agendas próprias, comungam de objetivos comuns, que podem ser sintetizados em mudanças na relação homem-natureza.

Esses objetivos comuns assumem, entretanto, diferentes interpretações e são perseguidos por meio de estratégias distintas. Leis (2004) apresenta uma categorização do movimento ambientalista que leva em conta diferentes perspectivas: como um grupo de interesse, como um novo movimento social, ou como um movimento histórico.

Como grupo de interesse, perspectiva utilizada sobretudo nos Estados Unidos, o ambientalismo se constitui como *lobby*, com o objetivo de “exercer suas demandas no interior do sistema político” (LEIS, 2004, p. 35). Esse tipo de movimento congrega organizações de diferentes abordagens e campos de atuação, que têm como ponto em comum a defesa das causas voltadas à preservação do meio ambiente de acordo com o que pode ser alcançado nos sistemas econômico e institucional vigentes. As organizações que atuam dentro de grupos de interesse formam *lobbies* com força política, e contam com doações de pessoas físicas e grandes empresas (CASTELLS, 2006).

O movimento como grupo de interesse é capaz de colocar seus objetivos na pauta das decisões políticas e articular coalizões em defesa da causa ambientalista.

Como um novo movimento social o ambientalismo é “percebido como um ator crítico e alternativo em relação à ordem capitalista existente, tendo em suas ações uma orientação fortemente ética e normativa [...]” (LEIS, 2004, p. 35-36). Nesta perspectiva situam-se os



setores mais radicais, identificados como ecologistas, e seu desenvolvimento político está associado à emergência dos partidos verdes.

Na perspectiva do ambientalismo como um novo movimento social é importante compreender o que caracteriza tais movimentos, em especial os considerados novos. De acordo com Gohn (2003, p. 13) não há um conceito único que os defina, mas destaca que são:

[...] ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam distintas formas da população se organizar e expressar suas demandas. Na ação concreta, essas formas adotam diferentes estratégias que variam da simples denúncia, passando pela pressão direta (mobilizações, marchas, concentrações, passeatas, distúrbios à ordem constituída, atos de desobediência civil, negociações etc), até as pressões indiretas. Na atualidade, os principais movimentos sociais atuam por meio de redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a internet.

Já para Turner e Killian (1957, p. 308 apud GOHN, 2000, p. 43) um movimento social é visto como “a ação de uma coletividade com alguma continuidade para promover a mudança ou resistir a ela na sociedade ou no grupo do qual faz parte”. De acordo com esses autores, todos os movimentos sociais podem ser institucionalizados. A institucionalização ocorre quando o movimento alcança estabilidade interna, ganha reconhecimento da sociedade ao mesmo tempo em que passa a ter algumas funções dentro dela, e estabelece áreas de competência.

Os novos movimentos sociais se diferenciam dos tradicionais, como o dos trabalhadores, por exemplo. De acordo com Alonso (2009), os novos movimentos sociais não se organizam em oposição ao Estado, nem com a finalidade de conquistá-lo, mas antes recorrem a formas de ação direta, configurando-se como agentes de pressão, “voltados para persuadir a sociedade civil” (p. 60).

Ainda de acordo com Alonso (2009), esses movimentos, em vez de “demandar democratização política ao Estado, demandariam uma democratização social, a ser construída não no plano das leis, mas no dos costumes; uma mudança cultural de longa duração gerida e sediada no âmbito da sociedade civil” (p. 60).

Os novos movimentos sociais recorrem à ação direta e pacífica, possuem organização não hierárquica, descentralizada e desburocratizada. Dirigem-se prioritariamente à sociedade civil, e não ao Estado, visando a mudanças culturais no longo prazo (ALONSO, 2009). Seus fundamentos assentam-se sobre a urgência da transformação do comportamento do homem em



relação à natureza, o que implica mudanças profundas de valores. Embora se compreenda que tais objetivos são de longo prazo, o processo deve ter início imediato.

O ambientalismo como movimento histórico entende que a sociedade atual é insustentável, dados o modelo de desenvolvimento econômico predominante, as instituições e valores correntes e o crescimento econômico ilimitado. O ambientalismo sob essa perspectiva propõe mudanças em várias dimensões da vida social. Ao valorizar a multiplicidade de expressões e interações do movimento ambientalista, esta perspectiva enfatiza tanto a importância dos setores moderados quanto a dos radicais, dos setores técnicos e dos políticos, dos não governamentais e dos governamentais, dos cientistas e dos empresários (LEIS, 2004).

Tem-se, portanto, nesta abordagem, uma espécie de equilíbrio entre as duas anteriores. Sob esta perspectiva o ambientalismo tanto busca a defesa de seus interesses por meio de negociações e pressão política, atuando como lobby, meios típicos da perspectiva de grupo de interesse, quanto se utiliza de meios típicos do ambientalismo como movimento social. Entendido como um movimento histórico, o ambientalismo almeja mudanças profundas nos valores e comportamentos da sociedade, buscando construir uma relação harmoniosa entre homens e natureza.

De acordo com Sirks¹, o movimento ambientalista tem como característica de atuação não apenas o protesto e a denúncia de atividades agressoras ao meio ambiente, mas se envolve também na elaboração de leis, na implementação de projetos, soluções e geração de tecnologias alternativas.

O ambientalismo, que teve suas raízes nas campanhas de proteção dos animais e na criação de parques e reservas naturais e tem levado governos e empresas a incorporarem questões ambientais em suas agendas, contou sempre com a atuação de diversos atores. Apresenta, portanto, no início do século XXI, um caráter multissetorial, com estrutura complexa e grande capacidade de ação e comunicação, “características que o habilitam para constituir um eixo civilizatório baseado em maior cooperação e solidariedade entre nações, povos, culturas, espécies e indivíduos” (LEIS, 1993 apud LEIS; D’AMATO, 1994).

As organizações que compõem o cenário do movimento ambientalista buscam cumprir suas missões por meio de diferentes formas, relacionando-se com diferentes atores. Desde a prática de lobby, ações por meio de partidos verdes, desenvolvimento de pesquisas, pressão

¹ In: Apêndice à edição brasileira de McCORMICK, John. *Rumo ao paraíso: a história do movimento ambientalista*. Rio de Janeiro: Relume-Dumarã, 1992. 224 p.



direta sobre os governantes, até a mobilização da sociedade em geral, prática esta última que compõe o objeto de estudo deste artigo. Para que haja uma mobilização social efetiva, a comunicação torna-se uma ferramenta estratégica fundamental.

Entre as ações do movimento ambientalista brasileiro destaca-se a defesa da Mata Atlântica, sendo a organização Fundação SOS Mata Atlântica o objeto de nosso estudo, focado na comunicação para a mobilização social.

O movimento ambientalista em defesa da Mata Atlântica: o protagonismo da Fundação SOS Mata Atlântica

Uma das ações do ambientalismo que mais se destaca no Brasil é o movimento pela proteção da Mata Atlântica. Esse bioma e a Amazônia constituem as florestas tropicais mais importantes da América do Sul. Nela vivem hoje cerca de 120 milhões de habitantes, em milhares de cidades; é onde se concentra grande parte dos pólos industriais, químicos, petroleiros, portuários e turísticos do Brasil (LINO, 2003).²

Na época do descobrimento do Brasil pelos portugueses, a Mata Atlântica estendia-se por toda a costa do oceano Atlântico que banha o litoral brasileiro, avançando na região sudeste, pelo interior, e chegando às fronteiras com o Paraguai e a Argentina. Com a colonização, a Mata Atlântica foi o ecossistema brasileiro que mais sofreu, tendo sido explorada de forma predatória durante os ciclos do pau-brasil, da cana-de-açúcar, do início da mineração do ouro e do café. Com a concentração da população e das atividades econômicas em regiões próximas ao litoral, essa pressão se manteve mesmo com a industrialização.

Atualmente reduzida a menos de 8% de sua área original, a Mata Atlântica é o segundo bioma mais ameaçado de extinção do mundo, perdendo apenas para as quase extintas florestas da ilha de Madagascar na costa da África. Mesmo reduzida e muito fragmentada, ela ainda é a floresta mais rica do mundo em diversidade de árvores, abrigando mais de 20 mil espécies de plantas, das quais 8 mil são endêmicas, ou seja, não existem em nenhum outro lugar do planeta. (CAMPANILI; PROCHNOW, 2006).

Lino (2002)³ argumenta que a luta pela conservação da Mata Atlântica tornou-se o maior movimento ambientalista no Brasil a partir da década de 1980 graças à criação de uma Rede Nacional - a Rede de ONGs da Mata Atlântica – RMA - e à ação de universidades e de

² In: *INSTITUTO AMIGOS DA RESERVA DA BIOSFERA DA MATA ATLÂNTICA*. Disponível em: <http://www.rbma.org.br/anuario/mata_01_sintese.asp>. Acesso em 16 fev 2014.

³ Disponível em: <<http://www.rbma.org.br/>>. Acesso em 13 abr 2014.



dezenas de órgãos governamentais das esferas federal, estadual e municipal, entre outras entidades.

Criada em 1986, a Fundação SOS Mata Atlântica trabalha com a promoção da conservação da diversidade biológica e cultural do bioma. Dentre as atividades da organização estão: o desenvolvimento de projetos de conservação ambiental, a produção de dados, o mapeamento e monitoramento da cobertura florestal, campanhas, ações na área de políticas públicas, programas de educação ambiental e restauração florestal, voluntariado, desenvolvimento sustentável e proteção e manejo de ecossistemas (FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA, 2014).

As ações da Fundação são voltadas aos mais variados públicos, como comunidades, internautas, governos, escolas, empresas, apoiadores, filiados, voluntários, jornalistas, funcionários e sociedade civil em geral. Desde seu nascimento, a Fundação trabalha com parcerias com agências de publicidade, veículos de comunicação, institutos de ensino e pesquisa, iniciativa privada e outras organizações não governamentais (CAMPANILI, 2012).

A Rede de ONGs da Mata Atlântica (RMA), por sua vez, nasceu de um debate realizado na Rio-92 entre ONGs que atuavam em sua defesa. Do evento resultou a constatação que faltava às entidades locais apoio e respaldo político para o desenvolvimento das suas ações e que a luta em defesa da Mata Atlântica poderia ser “muito mais efetiva se houvesse um movimento que as unisse, formando uma grande teia de relações entre as organizações” (CAMPANILI, 2012, p. 17). Atualmente, a RMA conta com mais de 300 instituições filiadas, entre organizações ambientalistas, socioambientais e de pesquisa, distribuídas nos 17 estados que se encontram no bioma Mata Atlântica.

Desde sua criação a Fundação SOS Mata Atlântica vem aperfeiçoando a “maneira de envolver a sociedade, aliando mobilização, produção de conhecimento, divulgação, educação ambiental, luta por políticas públicas, além de continuidade e inter-relação entre seus projetos” (CAMPANILI, 2012, p. 88-89).

A SOS Mata Atlântica sempre teve como característica comunicar para mobilizar, utilizando-se de campanhas de grande repercussão, como parte de um esforço permanente de interação com os veículos de comunicação e com toda e qualquer mídia “capaz de manter a população informada e mobilizada em prol de sua causa” (CAMPANILI, 2012, p. 11). O objetivo desta ação é fazer as pessoas repensarem suas atitudes ao considerar a sustentabilidade do planeta e a qualidade de vida de todos.



A comunicação para a mobilização social da Fundação SOS Mata Atlântica

Gohn (2010) argumenta que no século XXI cresce o uso da categoria “mobilização social” dentre as análises sobre movimentos e ações coletivos. A autora aponta que é no campo da ciência política que esta nomenclatura recebeu algum tratamento, como em Bobbio, Matteucci e Pasquino, que classificam a mobilização como política ou social.

Mobilização política indica um processo de ativação das pessoas, ou massas, como preferem os estudiosos que usam o termo. Poderá ser feita tanto pelos governantes como por líderes da sociedade civil. Mobilização social já tem outro sentido: refere-se a ativações que visam mudança de comportamentos ou adesão a dados programas ou projetos sociais. Mobilização social, nesta acepção, envolve uma série de processos que objetivam mudança de comportamento, aquisição de novos valores, acesso a meios de inclusão social etc. Apela-se para a adesão do outro numa dada ação social, com um certo sentido já configurado. Nesta acepção, mobilização é uma categoria gêmea da participação. Desmobilização será justamente o bloqueio à participação (GOHN, 2010, p. 65).

Verifica-se, portanto, que a mobilização social diferencia-se da política por ter como objetivo principal a mudança de valores na sociedade, para, conseqüentemente, provocar ações referentes a uma determinada causa. Isto é, a mobilização social requer a adesão e participação das pessoas para a conquista de um objetivo pré-determinado.

Henriques (2005) compreende a mobilização social como uma reunião de pessoas que objetivam resolver problemas e transformar alguma realidade, relacionando-a a alguma causa de interesse público.

A mobilização social não deve ser confundida com manifestações públicas, passeatas ou concentração de pessoas, como apontam Toro e Werneck (2007). Ela ocorre quando “um grupo de pessoas, uma comunidade ou uma sociedade decide e age com um objetivo comum, buscando, quotidianamente, resultados decididos e desejados por todos” (p. 13).

A mobilização sempre busca alcançar um objetivo predefinido. Esse objetivo, para ser útil à sociedade, deve estar orientado para um projeto de futuro. De acordo com Toro e Werneck (2007, p. 14), se o propósito é passageiro, converte-se “em um evento, uma campanha e não em um processo de mobilização. A mobilização requer uma dedicação contínua e produz resultados quotidianamente”.



Lino (s.d) argumenta que a participação num processo de mobilização deve implicar um vínculo emocional e afetivo com a causa, mas esse vínculo deve incluir também a razão, pois é necessário que as pessoas saibam por que e para que participam de um processo de mobilização.

O ato de mobilizar corresponde a uma convocação de vontades na busca de um propósito comum, que envolve um sentido e uma interpretação compartilhados. A mobilização tem como objetivo estimular a participação social, que se constitui numa escolha. Em um processo de mobilização social, as pessoas “são chamadas, convocadas, mas participar ou não é uma decisão de cada um” (TORO; WERNECK, 2007, p. 13).

Para Toro e Werneck (2007, p. 14), convocar vontades significa “convocar discursos, decisões e ações no sentido de um objetivo comum, para um ato de paixão, para uma escolha que contamina todo o quotidiano”.

De acordo com Henriques (2005), a questão da imagem assume uma posição central nos processos de mobilização social, já que buscam a legitimação das causas que defendem. Em um processo de mobilização social há ainda a necessidade da produção de um grande volume de informação, para fazer com que os conhecimentos produzidos e acumulados circulem entre os diversos atores envolvidos, instruindo, desta forma, a ação.

Oliveira (2002) considera que a comunicação não deve ser considerada como um instrumento de entretenimento ou de difusão de conhecimentos. Ela deve ser encarada como uma variável estratégica importante, utilizada nos processos de mobilização social e participação a favor de uma causa específica.

Como a mobilização envolve interpretações e sentidos compartilhados, ela pode ser entendida também como um ato de comunicação. No entanto, ela não se confunde com propaganda ou divulgação; envolve ações de comunicação “enquanto processo de compartilhamento de discurso, visões e informações” (TORO; WERNECK, 2007, p. 14).

Barreto (2011) defende que o uso da expressão “mobilização social” é alterada com o uso das novas redes sociais digitais. Ela não precisa mais de um espaço físico para ser organizada e mesmo realizada, pois tudo pode ser feito *online*. Desta forma, aumenta o número de pessoas que se envolvem em mobilizações sociais com diferentes causas. “Bastam instantes para atingir um número enorme de pessoas. O custo de participação é menor e o leque de temas e opções é infinitamente maior” (p. 162-163).



A comunicação para mobilização é característica-chave da Fundação SOS Mata Atlântica. De acordo com Campanili (2012, p. 69):

Diferentemente da maioria das organizações não governamentais, que passam a trabalhar a comunicação por perceberem a necessidade de divulgar suas atividades, a SOS Mata Atlântica já nasceu comunicando. Com jornalistas e publicitários conhecidos entres os fundadores, a instituição tinha como uma de suas primeiras e principais missões mostrar aos brasileiros o que era, onde ficava e como estava a situação da Mata Atlântica.

A Fundação conta com inúmeras campanhas realizadas em parceria com agências publicitárias e veículos de comunicação que cedem talento, trabalho e espaço para as causas defendidas pela instituição. De acordo com Campanili (2012), a mobilização na SOS Mata Atlântica almeja atingir os mais variados públicos, e é pensada de acordo com o objetivo que se busca. Entre os públicos da Fundação estão formadores de opinião, políticos, patrocinadores, proprietários de terra, professores, famílias, imprensa.

Para a Fundação SOS Mata Atlântica, a interação com a mídia é imprescindível por ser transversal e atingir um público amplo. Dessa forma, a instituição trabalha pautas para veículos e editoriais os mais diversos, como política, economia, infantil, feminino, coluna social (CAMPANILI, 2012).

O processo de mobilização da SOS Mata Atlântica pode ser medido “na participação ativa de cidadãos, seja em eventos, atividades, áreas recuperadas ou ações contra a agressão ao meio ambiente e leis aprovadas” (CAMPANILI, 2012, p. 87), e busca-se sempre, nesse processo, o aumento da mobilização social por meio do desenvolvimento de seus projetos e programas, voltados para diferentes fins.

Um dos mais antigos projetos voltados à preservação de recursos naturais realizados pela Fundação é o “Estrada Parque”, que integra lazer, turismo e desenvolvimento socioambiental. Lançado em 1996, o projeto busca a sensibilização de visitantes que atravessam remanescentes florestais preservados nas cidades de Itu e Guarujá, no estado de São Paulo. Nesse projeto a mobilização social é feita pelos voluntários da Fundação por meio de ações de Educação Ambiental, mutirões ambientais como o plantio de mudas e mobilização dos grupos locais na Serra do Guararu, em Guarujá.

Outra iniciativa da Fundação, em parceria com o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) é a produção do “Atlas da Mata Atlântica”, que tem por objetivo mapear e



monitorar a situação do bioma e seus ecossistemas associados. Com sua primeira edição lançada em 1990, o atlas demonstrou a grave situação da Mata Atlântica, que possuía então menos de 8% de sua formação original. As informações sobre alterações na vegetação nativa são sempre atualizadas pelos levantamentos feitos para a construção do atlas, o que permite a monitoramento, controle e definição da necessidade de novas unidades de conservação.

O projeto “Lagamar”, desenvolvido pela Fundação de 1988 a 2012, atuou na região de mesmo nome, localizada entre os municípios de Iguape e Cananéia, no estado de São Paulo, e na Baía do Paranaguá, no Paraná. A mobilização do projeto era voltada para a conservação ambiental em conjunto com a continuidade da presença das populações tradicionais da região, com a valorização de suas culturas. Havia o incentivo ao turismo sustentável, que ocorreu com atividades de sensibilização dos turistas e comunidade local quanto à valorização e conservação dos recursos naturais e culturais (FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA, 2014).

A Fundação SOS Mata Atlântica também desenvolve iniciativas de educação ambiental, elaboradas para alcançar diversos públicos para:

[...] compartilhar informação e conhecimento, e sensibilizar a população para seus direitos e deveres ambientais, mostrando que cada um pode e deve fazer a sua parte para que todos tenham uma melhor qualidade de vida e um ambiente mais preservado. Outro objetivo é trabalhar a importância da Mata Atlântica, mostrando que mais de 118 milhões de brasileiros vivem em regiões que fazem parte dessa floresta” (FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA, 2014, s.p)

Um dos principais projetos de educação ambiental é o “A Mata Atlântica é aqui – Exposição Itinerante do Cidadão Atuante”, lançado no ano de 2009, que consiste num caminhão adaptado, que serve de palco a uma exposição ao percorrer diversas cidades da Mata Atlântica em todo o país, durante todo o ano, levando educação e conscientização ambiental à população local e regional.

O projeto “Viva a Mata”, realizado pela organização desde 2005, promove a troca de conhecimentos e experiências entre aqueles que lutam pela conservação da floresta, além de estimular a celebração do Dia Nacional da Mata Atlântica, a 27 de maio.

Em 2000, a partir da união entre a Fundação SOS Mata Atlântica, o Instituto Ambiental Vidágua e o Grupo Abril, o programa “Clickárvore” passou a estimular, pela internet, as pessoas a plantarem mudas de espécies nativas da Mata Atlântica. Durante sua existência o



projeto mobilizou e envolveu milhões de internautas, tendo atingido, apenas no ano de 2012, a marca de 1,3 milhões de mudas doadas.

O Programa de Incentivo às Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN) da Mata Atlântica foi criado 2003, por uma iniciativa da Fundação SOS Mata Atlântica e da Conservação Internacional (CI). Nasceu a partir da percepção de que havia muito interesse por parte dos proprietários em proteger remanescentes da Mata Atlântica, mesmo com os pequenos incentivos disponíveis. Hoje existem mais de 1.070 RPPNs no Brasil, sendo mais de 730 na Mata Atlântica, que protegem cerca de 140 mil hectares. O programa tem como objetivo contribuir para a conservação da biodiversidade da Mata, fortalecer o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), as RPPNs existentes, e “fomentar o engajamento de proprietários de terras na criação e implementação das reservas privadas no bioma” (FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA, 2014, s.p).

O programa de mobilização e monitoramento dos recursos hídricos da Fundação SOS Mata Atlântica “Rede das Águas” dedica-se a promover a mobilização social para a gestão participativa e integrada entre água e florestas, com atuação focada em bacias hidrográficas. “Para isso, dissemina metodologias, promove educação ambiental e reúne os projetos da Fundação relacionados ao tema, além de influenciar políticas públicas” (FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA, 2014, s.p). O programa nasceu com a criação do Núcleo União Pró-Tietê, a partir da campanha pela despoluição do Rio Tietê, em parceria com a Rádio Eldorado, que no ano de 1991 reuniu 1,2 milhão de assinaturas em um abaixo-assinado entregue ao Governo do Estado de São Paulo. Até hoje, a Fundação monitora a evolução do Projeto de Despoluição do Rio Tietê, por meio do “Observando o Tietê”.

Uma das ações de mobilização social de grande destaque foi a campanha “Mangue Faz a Diferença”, desenvolvida no ano de 2012 para conscientizar sobre a importância dos manguezais e alertar sobre os riscos que as mudanças no Código Florestal trazem para esses ecossistemas, essenciais para a vida marinha e para atividades econômicas como a pesca. Em um mês e meio, a campanha realizou 37 mobilizações em 13 Estados brasileiros e no Distrito Federal. Um total de 87 instituições aderiu à iniciativa e as manifestações alcançaram pelo menos 50 mil pessoas em todo o país.

A SOS Mata Atlântica foi pioneira também em utilização de assessoria de imprensa, atendimento direto ao público, realização e participação em eventos, produção de publicações e



material informativo, além de disponibilizar site na internet e trabalhar com as redes sociais digitais. Para tanto:

[...] a organização sempre manteve um departamento de comunicação cuja missão é trabalhar de forma integrada a todos os projetos, interagir com os diferentes públicos de interesse e mantê-los informados de suas atividades e dos assuntos referentes ao meio ambiente, especialmente no bioma Mata Atlântica, facilitando a mobilização (CAMPANILI, 2012, p. 71).

Devido à instantaneidade, baixo custo de utilização e abrangência que a internet proporciona, ela tem se tornado o meio preferencial de comunicação de organizações da sociedade civil, conforme argumenta Machado (2007):

A possibilidade de comunicação rápida, barata e de grande alcance faz atualmente da internet o principal instrumento de articulação e comunicação das organizações da sociedade civil, movimentos sociais e grupos de cidadãos. A rede se converteu em um espaço público fundamental para o fortalecimento das demandas dos atores sociais para ampliar o alcance de suas ações e desenvolver estratégias de luta mais eficazes (MACHADO, 2007, p. 268).

Além do grande alcance de públicos e da interação que o uso da internet possibilita, há também a questão dos custos: a ação por meio da internet é mais barata e rápida, conforme argumenta Pereira (2011, p. 14): “A ação política via novas TICs torna-se mais barata, rápida e por consequência mais acessível a grupos que não fazem parte do sistema político institucionalizado”. A possibilidade de emissão e disseminação de informações, a baixo custo, é apresentada como fator positivo também por Alcântara e D’Andréa (2012, p.9):

Diante da maior facilidade de produção e emissão de conteúdos, da criação e disponibilização de ferramentas e serviços que facilitam e barateiam os processos de produção colaborativa e o compartilhamento de informações, os atores sociais ganham novas possibilidades de ativismo.

Há ainda o caráter de rapidez na comunicação, pois ao possibilitar que se atinja pessoas em locais diversos, de forma instantânea, e construir redes, esta tecnologia torna-se extremamente útil no processo de mobilização (PEREIRA, 2011).

A troca de informações pela internet com o objetivo de mobilizar e influenciar comportamentos das pessoas e decisões governamentais pode ocorrer em qualquer parte do planeta, e ser feita por qualquer pessoa conectada na rede. Tudo acontece em tempo real, com a possibilidade de interação entre usuário e autor do conteúdo publicado, sem a necessidade de



contato físico entre eles. Neste contexto, nasce uma nova forma de atuação na internet, chamada de “ciberativismo, ativismo online ou até mesmo ativismo digital” (PUNTEL, 2013, p. 570).

Este é um tipo de ativismo que:

[...] estabelece como uma tática de luta que dispensa líderes e porta-vozes, organiza-se de forma horizontal, em torno de um objetivo, uma finalidade, tendo no espaço sem fronteiras da internet, com auxílio das ferramentas das TICs, o instrumento para reivindicação, mobilização de diferentes públicos interessados em uma temática em comum, que pode se esgotar no espaço virtual ou partir para uma ação presencial (MIGUEL, 2012, p. 198).

Presente na rede mundial de computadores, a Fundação SOS Mata Atlântica apresenta em seu site institucional sua história, seu manifesto de fundação, informações sobre sua equipe, as publicações feitas pela organização e seus parceiros. A descrição e acompanhamento de todos os projetos desenvolvidos pela organização estão presentes, assim como diversas notícias e matérias relacionadas às suas ações.

Presente também nas redes sociais digitais, em 2011 a organização lançou a sua página no Facebook, que atualmente conta com aproximadamente 198 mil fãs; e, no Twitter, mais de 44 mil seguidores acompanham e compartilham seus conteúdos. O canal da Fundação no YouTube conta com mais de 575 seguidores, que geram milhares de visualizações dos mais de 40 vídeos publicados. A organização está presente em outras redes sociais digitais como o Instagram e o Google+.

Com a presença da Fundação SOS Mata Atlântica em diversas redes sociais digitais, conclui-se que a organização apresenta uma forte atuação na internet, marcada por ampla divulgação de problemas e soluções ambientais, tais como denúncias, acompanhamento de fiscalização e legislações ambientais, e possibilita ao público informações sobre os projetos por ela desenvolvidos. A organização utiliza-se do grande alcance que as redes sociais digitais possibilitam para praticar o ativismo *online*, ao incentivar a divulgação de temas ambientais pelos próprios usuários, e solicitar a assinatura *online* de petições para diversos programas que defende. O que se observa das práticas comunicacionais da Fundação na internet é que a organização não apenas divulga suas próprias causas, como também apoia e realiza a promoção de causas defendidas por outras organizações.



Considerações Finais

Configurando-se como um dos maiores movimentos ambientalistas do Brasil, o movimento de proteção à Mata Atlântica é composto por diversas organizações que conseguiram inúmeras conquistas, mas que ainda enfrentam desafios na luta contra o desmatamento e a extinção de espécies da flora e da fauna. Como protagonista da causa, a Fundação SOS Mata Atlântica atua não somente na esfera política, buscando influenciar decisões governamentais e propondo novas políticas públicas, mas também na mobilização da sociedade. Esta ação é realizada principalmente com a promoção de atividades de informação, sensibilização e conscientização da população.

Tendo a mobilização social como meio para a difusão de novos valores, a mudança de comportamento e a adesão à causa da defesa do bioma, as ações da Fundação SOS Mata Atlântica são dirigidas aos mais variados públicos, de acordo com o objetivo de cada programa e campanha realizados pela organização.

Na mobilização social promovida o papel da comunicação é primordial. Além das práticas comunicacionais “face a face” em programas de educação ambiental, a Fundação busca o envolvimento das comunidades que residem em áreas de proteção e conservação e realiza manifestações com o uso de cartazes e dos mais diversos materiais gráficos. Além disso, veicula temas ambientais nos órgãos de comunicação de massa, o que lhe proporciona grande visibilidade.

Recentemente a organização começou a fazer uso da internet como mais uma ferramenta de mobilização social. Um exemplo de como a internet tornou-se um importante espaço de ativismo é o programa “Clickarvore”, que permitiu que milhares de internautas pudessem colaborar com a causa da Fundação. Com as facilidades de maior alcance, instantaneidade e baixos das redes sociais digitais, a SOS conta agora com um instrumento poderoso de mobilização, que certamente potencializará suas ações.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Livia Moreira de; D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. Redes de movimentos sociais e intervenção na esfera pública interconectada: um estudo da campanha pelo limite da terra na internet. In: 36º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS. Águas de Lindóia, SP. 21 a 25 de outubro de 2012. Disponível em: <http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=505%3Aa



[nais-do-encontro-sps-mrs-e-gts-&catid=161%3A36o-encontro-anual-da-anpocs&Itemid=76>](#). Acesso em 01 fev 2014.

ALONSO, Angela. As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. In: *LUA NOVA*. N. 76. São Paulo: 2009, pp. 49-86. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64452009000100003&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em 28 fev 2014.

BARRETO, Fernando. Mobilização social. In: BRAMBILLA, Ana (org.). *Para entender as mídias sociais*. Creative Commons, s.l. 2011. 209p. pp 162-165.

BERNARDES, Júlia Adão; FERREIRA, Francisco Pontes de Miranda. Sociedade e Natureza. In: CUNHA, Sandra Baptista da; GUERRA, Antonio José Teixeira (orgs.). *A questão ambiental: diferentes abordagens*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012. 248p. pp 17-42.

CAMPANILI, Maura. *25 anos de mobilização*. São Paulo: Fundação SOS Mata Atlântica, 2012. 240p.

CAMPANILI, Maura; PROCHNOW, Miriam (orgs.). *Mata Atlântica: uma rede pela floresta*. Brasília: RMA, 2006. 332p.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2006. 530 p.

FUNDAÇÃO SOS MATA ATLÂNTICA, 2014. Disponível em: <http://www.sosma.org.br/>. Acesso em 16 fev 2014.

GOHN, Maria da Glória. *Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. 189p.

_____. *Teorias dos Movimentos Sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos*. São Paulo: Edições Loyola, 2000. 383p.

GOHN, Maria da Glória (org.). *Movimentos sociais no início do século XXI: antigos e novos atores sociais*. Vozes: Petrópolis, RJ, 2003. 143p.

HENRIQUES, Marcio Simeone. Comunicação, comunidade e os desafios da mobilização social. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Rio de Janeiro: 05 a 09 de setembro de 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/110500648619188691648262921728209604489.pdf>. Acesso em 02 jun 2014.

LEIS, Héctor Ricardo. *A modernidade insustentável: as críticas do ambientalismo à sociedade contemporânea*. Montevideu, Uruguai: Coscoroba Ediciones, 2004. 131p.

LEIS, Hector Ricardo; D'AMATO, José Luis. O ambientalismo como movimento vital: análise de suas dimensões histórica, ética e vivencial. In: CAVALCANTI (org.). *Desenvolvimento e Natureza: estudos para uma sociedade sustentável*. INPSO/FUNDAJ, Instituto de Pesquisas



Sociais, Fundação Joaquim Nabuco, Ministério de Educação, Governo Federal: Recife, 1994. 262p. pp. 77-103.

LINO, Antonio. Mobilização social. In: *Agência de mobilização social*. s.d, s.l. Disponível em: <http://www.aracati.org.br/portal/pdfs/13_Biblioteca/Textos%20e%20artigos/mobilizacao_social.pdf>. Acesso em 02 jun 2014.

MACHADO, Jorge Alberto S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. In: *SOCIOLOGIAS*, n. 18. Porto Alegre, RS, jul/dez 2007, p. 248-285. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/sociologias/article/view/5657>>. Acesso em 01 out 2013.

MIGUEL, Katarini. A experiência comunicativa do movimento ambientalista na esfera pública. In: *CONTEMPORÂNEA*, vol. 10, n. 2. Rio de Janeiro, RJ, 2012, pp. 194-207. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/2173>>. Acesso em 05 fev 2014.

PEREIRA, Marcus Abílio. Internet e mobilização política: os movimentos sociais na era digital. In: *IV ENCONTRO DA COMPOLÍTICA*, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 abr 2011. Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Marcus-Abilio.pdf>>. Acesso em 03 mar 2014.

PUNTEL, Tanilo Junior. Novas dimensões na comunicação global: o ativismo digital como propulsor de movimentos sociais e o caso da primavera árabe. In: *2º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: MÍDIAS E DIREITOS DA SOCIEDADE EM REDE*. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, RS. 04 a 06 de junho de 2013. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2013/4-8.pdf>>. Acesso em 05 jan 2014.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nilsa Maria Duarte. *Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007. 104p.