

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC
Curso de Relações Públicas

MARIANA ALARCON DATRINO

Comunicação estratégica de movimentos sociais na internet –
Estudo sobre o Facebook do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

Bauru
2019

MARIANA ALARCON DATRINO

Comunicação estratégica de movimentos sociais na internet –
Estudo sobre o Facebook do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora da
Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação (FAAC), da Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita
Filho” (UNESP), para obtenção de grau
de bacharel em Relações Públicas, sob a
orientação da Prof. Dra. Caroline Kraus
Luvizotto.

Bauru
2019

MARIANA ALARCON DATRINO

Comunicação estratégica de movimentos sociais na internet –
Estudo sobre o Facebook do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora da
Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação (FAAC), da Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita
Filho” (UNESP), para obtenção de grau
de bacharel em Relações Públicas, sob a
orientação da Prof. Dra. Caroline Kraus
Luvizotto.

Data de Aprovação

Bauru, _____, _____ de 2019

Banca Examinadora

Prof^ª. Dr^ª. Caroline Kraus Luvizotto

Prof^ª. Dr^ª. Raquel Cabral

Prof^ª. Ms. Alana Nogueira Volpato

AGRADECIMENTOS

Quando olho para minha breve trajetória, transbordo gratidão. A princípio, agradeço as forças que movem este universo, que podem ser denominadas de muitas formas e singularidades, que me guiaram até aqui, e mostraram as belezas da incerteza desta vida, e que me fortaleceram sem que eu pudesse perceber.

Não poderia deixar de agradecer à minha família, primeiramente, minha avó, Angelina, que tanto me inspirou com sua força, resiliência e amor incomparável, assim como meu avô, Afonso, que se fez ausente neste percurso, mas que se emocionou com minha aprovação no vestibular e que me ensinou que emoções não devem ser controladas. Agradeço aos meus avós paternos, Maria e Orlando, que há tanto tempo já não estão conosco mas deixaram saudades e legados.

Aos meus pais, Sérgio e Ana, meus primeiros incentivadores, pelo tanto que fizeram por mim, e por não terem deixado de acreditar no meu potencial nem por um segundo, por me acalantar com carinhos e palavras que me fizeram continuar mesmo nos dias mais difíceis da graduação. Agradeço ainda ao meu irmão, Sérgio, por ter sido meu primeiro amigo e parceiro de vida, assim como minha cunhada, Stella, com quem pude compartilhar angústias e receber conselhos durante este tempo, e claro, ao meu mais novo amor, Sophie, minha sobrinha, que me preenche com sua pureza e serenidade.

Ao meu namorado, Matheus, que me levou à vestibulares, comemorou comigo as aprovações, não me limitou em minhas vontades e sonhos, me apoiou, incondicionalmente, e fez do meu sonho o dele. Agradeço por ter abrigado choros e dores e por me lembrar, sempre, que tudo passa. Assim como agradeço à sua família, que também se tornou a minha.

Agradeço aos amigos, de Mirandópolis, que me viram crescer ao longo dessa trajetória e que tanto me fazem bem, em especial, Beatriz, Alessandra, Hamilton, entre muitos outros. Assim como aos amigos que Bauru me deu e que foram rede de apoio nestes quatro anos, em especial, Natália, Yasmim, Marcela, Thaís, Juliana, Jade, Bruna, Marcos, Gabriel, Flávia, e Ana Carolina.

Agradeço à minha orientadora, Caroline, que, em 2017, me aceitou como orientanda de iniciação científica, sem me conhecer direito, abrigando todos os meus sonhos e fazendo deles realidade. Agradeço por ter sido fonte de inspiração, não só como profissional, mas como ser humano, principalmente em seus conselhos que sempre vão além de seu papel como orientadora. Assim como não posso deixar de agradecer a todos os professores que deixaram suas marcas em minha trajetória, desde o princípio até aqui. Em especial, Raquel e Alana, que foram escolhidas para banca não somente pela proximidade com o tema, mas por serem mulheres que admiro muito.

Agradeço, por fim, à UNESP por reunir tantos conhecimentos, sonhos e mentes brilhantes. Agradeço pela oportunidade de vivenciar uma universidade pública de excelência, viver por ela e lutar pela sua sobrevivência.

“No fim, tudo dá certo, e se não deu certo é porque ainda não chegou ao fim”.
Fernando Sabino

RESUMO

Atualmente, as mídias digitais são parte do cotidiano de muitas pessoas e permitem que as informações sejam mais acessíveis, rápidas e principalmente, interativas, mudando o conceito de comunicação proposto pelas velhas mídias. Desta forma, é também uma ferramenta de mobilização, passando a ser utilizada por movimentos sociais que viram nas plataformas digitais uma oportunidade de garantir maior alcance e disseminação de suas demandas e de sua agenda. O objetivo desta pesquisa foi refletir sobre o uso das redes sociais online, em especial do Facebook, como ferramenta de comunicação estratégica dos movimentos sociais. Especificamente, foi possível compreender como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra utiliza o Facebook, e identificar se há uma comunicação estratégica que otimize o trabalho realizado fora do ciberespaço por meio da análise de conteúdo de 161 posts compartilhados e produzidos, das reações e comentários dos públicos. Através deste estudo propomos ações alinhadas aos objetivos do MST, por meio de estratégias de relacionamento, para garantir uma melhor utilização da ferramenta online.

Palavras-chave: Movimentos Sociais; Comunicação Estratégica; Ciberespaço; Interação; MST

ABSTRACT

Today, digital media are part of everyday life for many people and it turns information more accessible, faster and more interactive, changing the concept of communication proposed by the old media. thus, it is also a tool of mobilization, being used by social movements that saw digital platforms as an opportunity to guarantee greater reach and dissemination of their demands and their agenda. The objective of this research was to reflect on the use of online social networks, especially Facebook, as a strategic communication tool of social movements. Specifically, was expected to understand how the Landless rural Workers' Movement uses Facebook, and to identify whether there is strategic communication that optimizes the work done outside of cyberspace by analyzing the 161 content of the shared and produced posts, the reactions and comments of the the public. Through this study, we propose actions aligned with the objectives of the MST, through relationship strategies, to ensure a better use of the online tool.

Keywords: Social movements; Strategic Communication; Cyberspace; Interaction; MST

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - organização da página.....	40
Figura 2 - organização página inicial.....	43
Figura 3 - aba “Sobre”	44
Figura 4 - aba “Fotos”	45
Figura 5 - Aba “Vídeos”	46
Figura 6 - aba “Youtube”	47
Figura 7 - aba “Notícias”.....	48
Figura 8 - aba “Jornal Sem Terra”	49
Figura 9 - aba “Lutas e Conquistas”	50
Figura 10 - aba “Eventos”	51
Figura 11 - aba “Publicações”	52
Figura 12 - aba “Notas”.....	53
Figura 13 - aba “Comunidade”	54
Figura 14 - ferramentas da publicação	55
Figura 15 – comentário negativo	65
Figura 16– comentário neutro	65
Figura 17 – comentário positivo	65
Figura 18 – publicação da categoria chamada para ações.....	68
Figura 19 – publicação da categoria proposta ideológica	69
Figura 20 – publicação da categoria posicionamento sociopolítico	70
Figura 21 - publicação da categoria ações já realizadas	71
Figura 22 - Publicação da categoria denúncias	72
Figura 23 – publicação da categoria homenagem.....	73
Figura 24 – publicação da categoria saudações ao público.....	74
Figura 25 – checklist para comunicação digital em movimentos sociais	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - temáticas das publicações	58
Quadro 2 - caracterização geral das publicações analisadas	59
Quadro 3 - relação comentário por tema proporcionalmente	75

SUMÁRIO

Introdução	8
1.Movimentos sociais	15
1.1 Compreensão de movimentos sociais	15
1.2 Democracia e Movimentos Sociais	19
1.3 Movimentos sociais em rede	21
2. Comunicação	23
2.1. Comunicação e ação social	23
2.2 Comunicação como um campo	24
2.3 Comunicação estratégica	25
2.4 Comunicação estratégica em movimentos sociais	27
3. Internet e as redes	29
3.1 Ciberespaço	29
3.2 Cibercultura, redes sociais e a comunicação	30
3.3 Comunicação dos Movimentos Sociais nas redes sociais.....	32
3.4 Ciberativismo	33
4. Estudo sobre o Facebook do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra	36
4.1 O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra	36
4.2 Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra na internet	39
4.3 Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra no Facebook.....	39
4.4 Análise Descritiva do Facebook.....	40
4.4.1 Página inicial.....	40
4.4.2 Sobre.....	44
4.4.3 Fotos	45

4.4.4 Vídeos.....	46
4.4.5 Youtube	47
4.4.6 Notícias.....	47
4.4.7 Jornal Sem Terra	48
4.4.8 Lutas e Conquistas	49
4.4.9 Eventos	50
4.4.10 Publicações	51
4.4.11 Notas.....	52
4.4.12 Comunidade	53
4.5 Ferramentas das publicações no Facebook.....	54
5. Análise do conteúdo das publicações do MST.....	57
5.1 Análise das publicações.....	63
5.2 Proposta de comunicação digital.....	76
Considerações Finais.....	78
Referências	82

Introdução

A sociedade contemporânea vivencia um paradigma social, econômico e cultural marcado pelo intenso processo de globalização, pela desterritorialização da informação e do conhecimento, bem como pelo uso incessante das novas tecnologias comunicacionais. Isso afeta fortemente as relações entre pessoas e organizações, e o significado da comunicação nos processos sociais.

Como consequência deste cenário, movimentos sociais, instituições públicas, privadas e não governamentais precisam se adaptar constantemente às formas atuais de comunicação e relacionamento com seus públicos.

Por muito tempo, as mídias de comunicação de massa, como rádio e televisão, tratavam da comunicação como um processo de transmissão, o qual era organizado num fluxo unilateral de informações. O público era visto como homogêneo e assumia apenas o papel de receptor de mensagem.

Contudo, com expansão da internet e das tecnologias, este ambiente mudou, pois “a tecnologia da informação invadiu o espaço da atividade de relações públicas e modificou a relação entre comunicadores e públicos. O poder de comunicar, antes restrito aos grandes grupos de mídia e aos conglomerados corporativos, passa estar também nas mãos do público” (TERRA, 2009, p.10).

Segundo Luvizotto (2016, p. 302),

Os recursos e ferramentas tecnológicas de informação foram aprimorados rapidamente, democratizando de maneira inédita o acesso à informação. Com o advento da internet e as ferramentas da web 2.0, a informação deixa de se concentrar na mídia de massa e nos grandes conglomerados midiáticos e se oferece a possibilidade de produção, seleção e interação aos seus usuários, gerando novos conteúdos e fontes de informação. Hoje, ONGs, movimentos sociais e ativistas podem propagar suas ideias para todo o mundo, oferecendo a informação à sua maneira. Agências de notícias alternativas e independentes surgem para contestar as versões da imprensa tradicional, a exemplo da mídia NINJA, Jack Mídia Independente e diversos blogs e websites contra- hegemônicos.

Têm-se agora o diálogo, a resposta do público, que renova o conceito de comunicação. Logo, pode-se afirmar que o ciberespaço transformou não só as estruturas comunicacionais, mas também as relações sociais e pode ser definido, “como prática de comunicação interativa, recíproca, comunitária, ciberespaço como horizonte de mundo

virtual vivo, heterogêneo, dentro do qual todo ser humano pode participar e contribuir” (LÉVY, 1999, p. 125).

A internet se tornou um espaço de multiplicidade, onde as informações possuem muita rapidez. Além disso, possibilita a integração entre inúmeras pessoas através, principalmente, da superação das barreiras geográficas, ou seja, a informação é globalizada.

Portanto, ao aproximar a compreensão do ciberespaço com objetivo inicial deste estudo, podemos dizer que a internet é uma plataforma que tem muitos insumos para fortalecer os movimentos sociais pois “a militância online vem alargar a teia comunicacional planetária, usufruindo de uma das singularidades do ciberespaço: a capacidade de disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades, formas e expressões de vida” (MORAES, 2000, p.142).

Logo, a internet permite que os ideais de um movimento sejam disseminados com maior facilidade e autonomia, e que qualquer um pode ter acesso, desde que faça parte do ciberespaço, uma vez que esse cenário também é marcado pela desigualdade de acesso.

Além disso, é preciso olhar para a internet como um local onde “os meios comunitários de comunicação educam não só pelos conteúdos que divulgam, mas pela oportunidade de envolvimento direto dos cidadãos em todo o processo comunicativo” (PERUZZO, 2008, p.7).

É importante compreender esse aspecto, uma vez que reforça a ideia de que a interatividade é uma ferramenta que assume uma postura de elemento central, capaz de gerar um processo de vitalidade, reforço e maior alcance da mensagem. Pois como foi mencionado anteriormente, antes o emissor poderia ser apenas a instituição, hoje é possível observar que o receptor também assume o papel de emissor, têm-se mais locutores da informação, que também fazem uma constante ressignificação da mesma, atribuindo novos sentidos e perspectivas.

Portanto,

Podemos admitir as mudanças e passar a agir de acordo com essa nova possibilidade. Há uma tendência de utilização cada vez maior dos meios binários – seja para comprar e vender, seja para distribuir informação comercial ou não. E essa tendência acompanha a forma de organização dos grupos sociais e sua capacidade de conversar de múltiplas maneiras (DIMANTAS, 2010, p. 21)

Após uma breve abordagem sobre o local do objeto de estudo e sua relação com a comunicação, é preciso apresentar o movimento social escolhido, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - MST, uma vez que é primordial para entender os aspectos básicos da sua comunicação e estruturas, além de ser fundamental para identificar e demonstrar qual abordagem será mais adequada para atingir os objetivos desta pesquisa.

Os movimentos sociais sempre estiveram presentes na sociedade, atuando e mobilizando a sociedade civil por causas sociais, ambientais, culturais, políticas e econômicas, dentre muitas outras. Este estudo se baseia na conceituação de Gohn (2012, p. 251) na qual os movimentos sociais são considerados como “ações sociopolíticas construídas por atores sociais coletivos pertencentes a diferentes classes e camadas sociais, articuladas em certos cenários da conjuntura socioeconômica e política de um país, criando um campo político de força social na sociedade civil”.

O MST, por sua vez, teve início em 1984, em Cascavel - PR, quando trabalhadores rurais, que lutavam pela democracia da terra e da sociedade, se reuniram no primeiro encontro nacional. Mas atualmente, o MST apresenta três objetivos principais: lutar pela terra, lutar pela reforma agrária e lutar por mudanças sociais no país.

A reforma agrária ganhou um novo adjetivo: popular, pois segundo o próprio site do movimento, a reforma agrária não é só um problema dos Sem Terras, do MST ou da Via Campesina, e sim uma necessidade de 80% dos brasileiros que vivem do seu trabalho e que precisam de um novo modelo de economia que garanta renda e emprego a todos, ou seja, o movimento abrange o interesse de grande parte da população brasileira.

O movimento se compromete a produzir alimentos saudáveis ao povo brasileiro, e busca desenvolver uma cooperação agrícola, como um ato de ajuda mútua baseadas na solidariedade e na intenção de potencializar a produção das famílias assentadas, e melhorar as condições de trabalho no campo.

Atualmente, segundo o site oficial (2019), o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra é constituído por 100 cooperativas, 96 agroindústrias, e 1,9 mil associados e conta com mais de 350 mil famílias assentadas.

Na internet, o movimento se organiza em, basicamente, quatro plataformas digitais, no Facebook, Instagram, site institucional e Twitter, contudo, pode-se dizer que é no Facebook que o movimento está mais ativo e, inevitavelmente, tem-se um espaço para o debate público sobre os diversos assuntos que envolvem o movimento, e com maior visibilidade e alcance.

O site, por sua vez, acaba por assumir uma função de compilar todas as informações e curiosidades sobre o movimento, de maneira organizada. Já no Twitter, a intenção é postar links para matérias mais completas, e também compartilhar informações mais sucintas. Já o conteúdo do Instagram assemelha-se ao que é produzido no Facebook, com o acréscimo de stories e com forte apelo visual.

Logo, quando tratamos a comunicação nesta esfera, “estamos falando, pois de uma comunicação que se vincula às lutas mais amplas de segmentos populacionais organizados e tem por finalidade contribuir para solucionar problemas que afetam o dia-a-dia das pessoas empobrecidas e a ampliação dos direitos de cidadania” (PERUZZO, 2008, p.2).

Ainda, segundo Fonseca (2011, p. 70) os meios de comunicação, inicialmente, formam opiniões a fim de “[...] difundir informações, estimular os vínculos de solidariedade, favorecer os laços de identidade e promover o engajamento e a co-responsabilidade, no sentido de articular os sujeitos e estimular a participação [...]”.

A comunicação possui, neste ponto, um papel importante. É um processo capaz de modificar realidades e garantir diferentes perspectivas de um determinado cotidiano. Portanto, a mesma busca e precisa ter o maior alcance possível para garantir seus objetivos previamente estabelecidos.

Logo, os papéis de comunicação estratégica podem ser

[...] executados no âmbito da organização popular visando atingir objetivos que podem ser: a) mobilizar os segmentos beneficiários da ação; b) efetivar as mudanças pretendidas; c) tornar as organizações conhecidas e respeitadas pela integridade de suas ações e propostas; d) angariar apoios e recursos financeiros; e) tornar públicas as propostas fundantes da razão de ser da instituição e assim mudar a cultura e solidificar propostas transformadoras na sociedade (PERUZZO, 2008, p.11).

Assim, ao estudar como o MST pode utilizar sua página do Facebook como uma ferramenta de comunicação estratégica, aumenta a carga teórica dos comunicadores em relação às mídias de movimentos sociais (produção relativamente escassa na área), e consequentemente, fornece maior segurança na atuação do profissional e do militante neste setor, através dos elementos identificados como fatores de sucesso e insucesso, de impacto ou não, no ambiente digital.

Algumas questões motivam a realização deste estudo: As chamadas às ações pontuais realizadas pelo MST (importantes para a consolidação dos objetivos), são divulgadas de maneira estratégica em sua página do Facebook? A linguagem utilizada é adequada/acessível e preocupa-se com seu público prioritário? As pessoas que comentam e interagem com a página estão interessadas nos assuntos abordados e levantam e propõem discussões pacíficas ou há disseminação de um discurso de ódio? Caso haja, como o MST se posiciona?

Ao pensar em movimentos sociais, deve-se partir do pressuposto de que assim como Shirky (2011) propõe, os grupos possuem um componente emocional que os mantém unidos e que a participação em grupos também apresenta certo grau de dificuldades e oportunidades, que sem um comprometimento emocional, os grupos seriam desfeitos. Salienta também que um grupo possui um propósito comum para ser efetivo, e assim, garantir sua existência, mas que também precisa ser satisfatório para seus integrantes, ou seja, um motivo para mantê-los no movimento.

Neste sentido, é necessário pensar na comunicação para além de uma ferramenta, mas também como um campo, onde os sujeitos sociais se relacionam e produzem relações sociais e de poder, não somente em seu âmbito externo, mas também interno. Portanto, comunicação e a internet ajudam a atingir uma democracia mais qualificada e com maior participação, visto que,

Adequadamente empregada pela esfera civil, essa mesma arquitetura pode incrementar uma democracia eletrônica qualificada, pois permite uma expansão potencialmente ilimitada das vozes que podem vir a ser ouvidas na esfera política, reforça o sentido de responsabilidade do sistema político, revigora a esfera pública e os fluxos horizontais de comunicação entre cidadãos, revigora o sentido de conexão entre cidadania e sociedade política (GOMES, 2008, p. 312).

Além disso, segundo Gomes (2008), para o engajamento cívico e a participação pública terem visibilidade e impacto, é necessário aumentar os níveis de capital social. Logo, a comunicação assume mais do que um papel estratégico, é um ponto central para ação coletiva dos movimentos sociais. Por isso,

Buscar compreender o movimento, suas reivindicações, as manifestações e a comunicação utilizada nas redes sociais, com suas especificidades e níveis é de extrema importância para construir um passo inicial nesse âmbito de pesquisa, para que se possa, posteriormente, determinar um panorama real das relações dos usuários, população, poder público e política, ampliando, assim, os estudos na área da Comunicação midiática e movimentos sociais (BERNARDINI; GOBBI, 2013, p. 120).

Assim sendo, através deste estudo pretende-se propor possíveis transformações para garantir uma melhoria que esteja minuciosamente alinhada aos objetivos do MST por meio de estratégias de comunicação e relacionamento.

Além disso, esta pesquisa buscou refletir sobre a importância da comunicação na internet e o uso das redes sociais online, em especial o Facebook, como uma plataforma de comunicação estratégica dos movimentos sociais contemporâneos.

Especificamente, buscou-se compreender o conceito de movimentos sociais e a importância da comunicação para suas ações na sociedade atual; a partir do exemplo do MST, verificou-se como os movimentos sociais utilizam o Facebook como ferramenta de comunicação estratégica para disseminar suas demandas e sua agenda; descreveu-se e se analisou a página do MST no Facebook, a fim de identificar sua abrangência e estimar o seu potencial como um ambiente digital que relaciona o movimento social aos cidadãos; compreendeu-se o papel e o impacto da comunicação para a atuação dos movimentos sociais e indicou-se quais estratégias de comunicação poderiam potencializar a ação dos movimentos sociais no Facebook.

Para atender a proposta deste estudo, foi utilizada uma abordagem qualitativa para garantir maior precisão, uma vez que,

A abordagem quantitativa e a qualitativa, não têm o mesmo campo de acção. A primeira, obtém dados descritivos através de um método estatístico. Graças a um desconto sistemático, esta análise é mais objectiva, mais fiel e mais exacta, visto que a observação é mais bem controlada. Sendo rígida, esta análise é, no entanto, útil, nas fases de verificação das hipóteses. A segunda corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável, a índices não previstos, ou à evolução das hipóteses (BARDIN, 1977, p.115).

Para compreender melhor o objeto de estudo, foi realizada uma pesquisa exploratória para garantir uma maior precisão. Esta etapa compreendeu uma investigação histórica sobre o MST e uma pesquisa bibliográfica sobre os principais conceitos que circundam a temática da pesquisa.

Além disso, foi realizada uma análise do Facebook do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, a fim de compreender e identificar, de fato, quais são os elementos que contribuem ou não para a criação de uma comunicação estratégica capaz de otimizar e ampliar os objetivos centrais do movimento mencionado anteriormente.

Na análise, foi preciso, a princípio, descrever e analisar a página do MST no Facebook e identificar se existem padrões e interatividade entre o movimento e os usuários na esfera virtual. Depois, fez-se necessário analisar os conteúdos publicados, sua essência, qualidade e credibilidade oferecida ao público.

Após a análise de 161 publicações, propusemos ações alinhadas aos objetivos do MST, por meio de estratégias de comunicação e relacionamento. E para tornar essas colocações mais didáticas e acessíveis aos movimentos sociais, sua síntese foi compreendida através de um checklist para orientar os responsáveis pela gestão do Facebook.

1. Movimentos sociais

A princípio, apresenta-se algumas especificidades relacionadas a definição de movimentos sociais e suas variáveis, com a finalidade de construir uma percepção mais complexa sobre o objeto de estudo. Além disso, ao expor e compreender as diferentes percepções teóricas, acerca do tema, foi possível elaborar uma base sólida para o desenvolvimento da pesquisa.

Para isso, foi exposto, primeiramente, o caminho percorrido de Gohn (2012) e Laclau (1986), para melhor conhecer as percepções de diversos autores a respeito do tema e o processo de mudança em sua concepção ao longo do tempo. Posteriormente, trabalhou-se as questões da democracia e como ela está ligada aos movimentos sociais e por fim, a definição e compreensão de movimentos sociais em rede.

1.1 Compreensão de movimentos sociais

É importante entender as diferenças entre movimentos sociais e movimentos históricos que, para Touraine (2006), o segundo pode ser claramente definido através daqueles conflitos que surgiram em torno da gestão da mudança histórica, já os movimentos sociais, são aqueles conflitos associados ao espaço social ocupado, na conquista ou reconquista do mesmo.

A partir disto, faz-se necessário o aprofundamento da definição de movimentos sociais, que é intensamente permeada por diversas questões e parâmetros particulares de cada teórico, o que torna o debate sobre o termo cada vez mais rico, mas sem uma convergência muito clara, justamente pela complexidade e singularidade que existem nas razões dos movimentos sociais. Por isso, é importante realizar uma retrospectiva de como o tema era compreendido e suas mudanças.

Segundo Gohn (2012), nas primeiras fases do período clássico norte americano existem diversos trabalhos acerca da “ação coletiva”, contudo, nem sempre a ação foi nomeada como movimentos sociais, e a partir disto fez um levantamento de cinco grandes correntes deste período, três sobre movimentos sociais e duas sobre ações coletivas (assim chamada por seus autores), sendo elas:

- a) A escola de Chicago: desta corrente se tem a primeira teoria sobre movimentos sociais principalmente partir do trabalho de Herbert Blumer (1949), e

neste ponto, a sociologia foi disciplina guia, ganhando destaque e valorização, que teria a função de formular leis científicas para descobrir como a mudança social acontecia. A escola possuía uma orientação reformista, ou seja, partia do princípio de que a reforma social seria o verdadeiro caminho, harmonioso e estável, e se destaca pelo interesse de seus mestres no desenvolvimento da comunidade e pelos processos de educação e participação para o povo, porque se acredita que através de mecanismos educativos era possível ordenar os processos sociais (ênfase básico era a interação entre indivíduo e sociedade). Nestes processos de mudanças, os agentes básicos eram as lideranças, pois a relação indivíduo e sociedade tenderia a privilegiar a individualização, em suma, as lideranças serviriam mais de exemplo demonstrativos do que agentes de prováveis da revolução, na realidade seriam elites reformistas detentoras do conhecimento científico útil. Pode-se resumir que os eixos básicos dessa corrente são educação e criação de instituições.

b) A segunda corrente se desenvolveu nas décadas de 40 e 50 e com teoria sobre sociedade de massa com Eric From (1941), Hoffer (1951) e K. Kornhauser (1959). No geral, pode-se apontar que esta teoria via os comportamentos coletivos como resultado de ações advindas de participantes sem relações normais e tradicionais, era uma corrente que se preocupava com o comportamento coletivo em massa, que o enxergava como fruto da desordem e de questões estruturais que envolvem carência e privação.

c) Já a terceira corrente predominou nos anos 50 e está associada aos trabalhos de S. Lipset (1950) e Herbele (1951). Essa teoria articulava as classes e relações sociais de produção na tentativa de entendimento dos movimentos sociais, da mobilização partidária, da ação do voto e do poder político dos diferentes grupos e classes sociais. Herbele afirmava que os movimentos sociais teriam duas funções chave na sociedade, a primeira seria a formação de uma vontade comum ou da vontade política de um grupo; a segunda, auxiliar no processo de socialização, recrutamento e treinamento das elites políticas. Os movimentos seriam sinônimos de descontentamento com uma determinada ordem social vigente e que em determinadas condições, tinham o poder de ameaçar esta mesma ordem.

d) A quarta teoria é uma combinação da Teoria de Chicago com a teoria da ação social de Parsons e se fez presente nos trabalhos de Goffman (1959), Turner e Killian

(1957), N. Smelser (1962) e David Aberle (1966). Está associada a analisar questões sobre o comportamento coletivo e da construção das ações coletivas. Influenciou intensamente a terceira grande teoria sobre movimentos sociais.

e) A quinta e última, é chamada de organizacional-institucional, e está presente nos trabalhos desenvolvidos por Gusfield (1955), e Selznick (1952). Essa teve grande influência nas teorias que substituíram o paradigma clássico, mas na época, não gerou nenhuma teoria específica sobre movimentos sociais.

Essas teorias clássicas foram desenvolvidas, reconstruídas e modificadas por outros autores, assim como a sociedade apresentou novas concepções sobre sua realidade, construindo assim, o que chamamos de “novos movimentos sociais”.

Nesta perspectiva, a Scherer-Warren (1993, p.17) revela que para alguns teóricos, toda ação coletiva de caráter reivindicativo ou de protesto, já se configura como movimento social, independente do alcance ou do significado político ou cultural da luta, e pontua que em contrapartida, alguns autores como Cifuentes (1986) afirmam que há um vazio teórico na América Latina, uma vez que se chama de movimento social qualquer conduta coletiva empiricamente observável, sem analisar a centralidade do ator, o alcance das lutas, os condicionamentos de sua ação, a consciência a ideologia, o projeto social e político que envolve sua ação.

Para Castells (2013, p.14), são os indivíduos que constituem os movimentos sociais, e neste plano individual, pode-se compreender que os movimentos sociais são emocionais, e que em sua origem, não existe um programa ou estratégia política, isso surge depois, ou seja, os movimentos sociais começam quando a emoção é convertida em ação.

Desta forma, geralmente, se originam de uma crise nas condições de vida que torna insustentável a existência cotidiana para a maioria das pessoas, e são induzidos por um alto grau de desconfiança nas instituições políticas responsáveis por administrar as demandas da sociedade, logo, essas questões obrigam as pessoas a tomarem as coisas por si próprias, envolvendo-se em ações coletivas fora dos canais institucionais pré-definidos para defender as suas demandas, e por fim, mudar os governantes, e até as regras sociais que moldam o modo de se viver (CASTELLS, 2013).

Portanto, é uma abordagem que está também condicionada a uma compreensão complexa e analítica, uma vez que é constituída e fomentada por indivíduos que

refletem o constante processo de mudança no comportamento e na forma como apreende a vida social, e isso acontece pois

Em uma sociedade que está quase que inteiramente construída por nossos investimentos culturais simbólicos, tempo é uma das categorias básicas através da qual nós construímos nossa experiência. Hoje, o tempo se torna uma questão-chave nos conflitos sociais e na mudança social. (MELLUCI, 1996, p.6)

Além disso, Laclau (1986) propõe uma abordagem retrospectiva e comparativa sobre o tema, colocando em pauta a contraposição de antigos e novos olhares e formas de se compreender o universo em questão. O autor aponta que as perspectivas antigas acerca do tema, estavam relacionadas também às concepções teóricas de autores marxistas, o que proporcionava uma análise específica que compreendia e definia que movimento dos trabalhadores, sindicatos, e partidos, poderiam ser caracterizadas a partir de três aspectos:

- a) a identidade relacionada à categoria social dos atores (burgueses, trabalhadores, camponeses.
- b) o tipo de conflito que estabelece um paradigma que guia a luta, por exemplo, o socialismo.
- c) a ação política reduzida aos espaços dos conflitos.

Mas ressalta ainda que essas definições são quebradas pelas diferentes maneiras de se apreender o tema, no sentido de que, as relações de produção na qual o sujeito está submetido não define mais suas outras posições, assim como não é mais possível determinar a realidade a partir de construções e desenvolvimento da sociedade. Por fim, a compreensão da esfera política como algo que não está restrita a um espaço, mas permeado em toda a sociedade.

Logo, podemos definir que os novos movimentos sociais são formas singulares de resistências, reativos ao sentido do desenvolvimento socioeconômico e que estão em busca de reapropriação de tempo, espaço e relações cotidianas, ou seja, contestações sobre as perspectivas “pós-materialistas” com motivações de caráter simbólico e voltadas para o desenvolvimento e até mesmo reconhecimento de identidades coletivas (ALONSO, 2009).

Alonso (2009) ainda completa que as ideias de Touraine, Habermas e Melucci confluem para um sentido de que os novos movimentos seriam grupos ou minorias coletivas e que suas demandas seriam simbólicas, girando em torno do reconhecimento

de identidades ou de estilos de vida, além de que recorreriam à ação direta, pacífica, que seria fundamentada numa organização fluida, sem hierarquia e burocracia, e descentralizada.

Jacobi (1987, apud, SCHERER-WARREN e LÜCHMANN, p. 2004) sintetiza ao dizer que a abordagem dos novos movimentos sociais enfatizou o caráter transformador dos atores coletivos.

1.2 Democracia e Movimentos Sociais

Ao estudar os movimentos sociais, faz-se necessário entendê-los através da lógica da democracia e os aspectos de interdependência entre esses dois conceitos. Pode-se dizer que esta interdependência ocorre pois

Mais do que a criação de uma sociedade política justa ou a abolição de todas as formas de dominação e exploração, o principal objetivo da democracia deve ser permitir que indivíduos, grupos e coletividades se tornem sujeitos livres, produtores de sua história, capazes de reunir em sua ação o universalismo da razão e as particularidades da identidade pessoal e coletiva (TOURAINE, 1995, p. 263 apud MACHADO, 2007, p.258).

Portanto, este sistema prevê a garantia de questões básicas para o desenvolvimento e fomento de movimentos sociais, como por exemplo, a liberdade e a identificação de caráter coletivo. Machado (2007) ainda complementa que há, cada vez mais, o compartilhamento de valores vinculados aos direitos da minoria, à liberdade, à conservação ambiental, igualdade racial e de gênero, entre outras causas, portanto, neste contexto, os movimentos sociais ajudam a constituir e legitimar os mecanismos de pressão das instituições democráticas.

Além disso, existe um outro ponto que foi apontado por Dagnino (1994) que diz a respeito de que o conteúdo da cidadania (atividade vinculada ao sistema democrático) pode ser definido através da luta política. Assim, é capaz de incorporar algumas questões relacionadas à subjetividade, aspirações, desejos, e diversos interesses no geral, e que através da luta política é possível generalizar como interesse coletivo e se instituir em direitos.

Machado (2007) considera importante o levantamento de alguns elementos que contribuem para o desenvolvimento dos movimentos sociais no âmbito democrático e associa às questões que envolvem as novas identidades globais que se apoiam nas

tecnologias da informação, e que foram capazes de mudar a lógica de articulação e participação, sendo eles:

1) Interdependência e conexão reativa: neste elemento, o autor ressalta o quanto as decisões locais possuem o poder de se expandir e responder a questões que estão fora do seu espaço de controle, e se isso acontece, a interconexão reativa dos atores locais pode contribuir, de alguma forma, para minar as instituições democráticas locais, isso ocorre porque na tentativa de obter o controle, estabelecem-se novas conexões.

2) Zonas cinzas de controle: vivemos atualmente, no mundo de grandes corporações, que impõem grandes desafios à democracia e até mesmo aos movimentos sociais, pois em um contexto de conflito, isso acaba resultando em práticas e reações que são diversas e que até assombra o estado, no sentido de que pode promover o hackativismo e o ciberterrorismo, pois se desenvolvem nessas áreas cinzas, porque muitas vezes não estão sujeitas à jurisdições e responsabilidades (MACHADO, 2003 apud MACHADO, 2007).

3) O empoderamento das agências sociais: como será exposto posteriormente, o autor destaca que a sociedade da informação dispõe de diversas ferramentas que acirram a competição de agências sociais, geralmente associadas às oportunidades e riscos cada vez maiores do cenário, assim como os agentes econômicos e atores políticos se globalizam, os movimentos sociais também passam por esse processo para compensar a desigual distribuição de recursos e poder, e que, sem dúvidas, é facilitada através das tecnologias de informação que fornece a possibilidade de uma melhor comunicação.

Os movimentos desenvolvem uma maneira própria de realizar a sua comunicação a partir de toda a ação transformadora, e ao mesmo tempo como uma força intrínseca e que motiva os mesmos. Neste sentido, se estabelece o processo educativo (no sentido de educação informal), o que o define como um ambiente próprio para efetivar as relações entre comunicação e educação (PERUZZO, 2000).

Portanto, os movimentos sociais também podem ser fundamentais para a construção da cidadania, porque através deles é possível dar vazão a diversos assuntos importantes para sociedade, como por exemplo, facilitar as compreensões das relações sociais existentes, os mecanismos de estrutura do poder, dos assuntos políticos e até mesmo discutir problemas locais (PERUZZO, 2000).

Através da comunicação singular instituída pelos movimentos sociais, existe um outro ponto que é incentivado e fortalecido: a possibilidade de participação dos indivíduos. Uma vez que se permite que os mesmos tenham a possibilidade de produzir

e transmitir as mensagens, através dos veículos de comunicação comunitária, e isso faz com que se tornem atores e se sintam capazes de fazer aquilo que estão acostumados a receber pronto, ou seja, não possuem apenas o papel de receptores de informação, são agora também emissores (PERUZZO, 2000).

Além disso, a participação permite “construir e reconstruir valores, a contribuir para uma maior consciência dos direitos humanos fundamentais e dos direitos de cidadania, a compreender melhor o mundo e funcionamento dos próprios meios de comunicação de massa” (PERUZZO, 2000, p.666).

1.3 Movimentos sociais em rede

A partir do que foi exposto, fez-se necessário compreender que existe um elemento que reformula as perspectivas sobre movimentos sociais: a internet. Uma vez que proporciona o aumento do escopo de possíveis atividades que podem ou não favorecer a legitimidade do sistema democrático, pois a vinculação à democracia passa não apenas por questões racionais, mas também através de práticas e ações no cotidiano. O uso desta tecnologia funciona como instrumento de propagação de informação, além de que, como meio de comunicação, pode colaborar para tal processo (PEREIRA, 2011).

Segundo d’Andréa e Alcântara (2009), a partir da década de 1990, as organizações e movimentos sociais acabaram inseridos em um novo cenário político, ideológico e cultural, e passaram a utilizar as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) como uma ferramenta de confronto à ofensiva global do sistema capitalista, além de terem proporcionado a possibilidade de circular informações antes barradas pelas grandes mídias. Ou seja, ganharam maior visibilidade e força para gerar articulações locais e globais, e se organizar em redes sociais.

Uma questão central é que este espaço público, em rede, que se situa entre o espaço urbano e digital, é um espaço que permite o desenvolvimento de uma comunicação autônoma que, por sua vez, é a essência dos movimentos sociais, visto que fornece a possibilidade do movimento se constituir e se relacionar diretamente com a sociedade em geral, e que vai além do controle dos detentores de poder dos meios de comunicação (CASTELLS, 2013).

Portanto, podemos denominá-los como movimentos sociais em rede justamente porque “a tecnologia e a morfologia dessas redes de comunicação dão forma ao

processo de mobilização e assim, de mudança social, ao mesmo tempo como processo e como resultado” (CASTELLS, 2013, p.128).

Se por um lado os movimentos tenham, em geral, sua base no espaço urbano, por outro, há sua forte existência no espaço da internet. Por ser uma rede de redes e não possuírem um centro identificável, sua estrutura descentralizada, permite a maximização das chances de participação no movimento, uma vez que se constitui como uma rede aberta que vai se readequando de acordo com o nível de envolvimento da população em geral. Portanto, a internet diminui a vulnerabilidade dos movimentos sociais no sentido de sofrer ameaças de repressão, uma vez que não há um ponto central para se atingir (CASTELLS, 2013).

Embora se acredite que a internet se realize como uma importante ferramenta para o desenvolvimento dos movimentos sociais, Rios (2010), pondera que existe um ponto importante a ser considerado, que é o acesso ao ciberespaço, que está condicionado aos aparatos tecnológicos. Isso pressupõe distâncias de não inclusão e aqueles que se utilizam da internet, além de serem ativos e responsivos no espaço público físico, devem buscar sempre garantir o engajamento de novos atores no âmbito da internet. Assim, os articuladores dos movimentos precisam se preocupar em como vencer as barreiras digitais e como incluir novos participantes.

Portanto, o próximo capítulo abordou questões acerca da comunicação e como se modificou juntamente com as tecnologias, mais especificamente a internet. Assim como, serão trabalhados os conceitos acerca do tema e o que se consolida como uma comunicação estratégica no contexto de movimentos sociais.

2. Comunicação

Neste capítulo, foram apresentadas algumas características e contribuições da comunicação e como ela permeia toda sociedade, incluindo os movimentos sociais. A partir disso, foram articuladas diversas percepções sobre como se constitui uma comunicação estratégica e quais são suas particularidades desenvolvidas dentro dos movimentos, passando, brevemente, pelo contexto do ciberespaço.

2.1. Comunicação e ação social

A comunicação permeia a sociedade de diversas maneiras e em diferentes momentos, visto que não se pode negar que ela é uma condição básica da sociabilidade. Além disso, pressupõe a troca entre os indivíduos e garante, portanto, a transmissão de conhecimento e experiências (PERLES, 2007).

Esse é um pressuposto importante para o desenvolvimento da sociedade e a até mesmo de sua manutenção, uma vez que é capaz de reter as informações. Segundo Le Coadic (1996), a informação é o centro da ciência e sem ela a ciência não é capaz de se desenvolver e viver. Ressalta ainda, que a informação é algo que está em constante mutação e renovação, e o quanto ela é preciosa se circula livremente.

Atribui-se à comunicação um aspecto de ferramenta, contudo, não cabe olhar para comunicação como um mero instrumento de divulgação e transmissão de informação, mas como um processo social básico que se faz presente em toda a sociedade (KUNSCH, 2014). Ou seja, está relacionada com as várias características do processo social e histórico das civilizações.

A partir disto, retoma-se então a ideia de Marshall McLuhan, da comunicação percebida como uma extensão do homem, para o qual, é uma condição de sobrevivência, sem ela o indivíduo não vive e os organismos não são capazes de funcionar, as sociedades não subsistem e as civilizações morrem. Define-se ainda, que o processo comunicativo é para uma pessoa o que o metabolismo é para o organismo, dependente para a subsistência, ou seja, a vida em seus diversos âmbitos (social, particular e pública e dos grupos) pode ser resumida como um processo de dar e receber informação (ALVES, 1999).

Portanto, a comunicação tem a capacidade de criar, desenvolver e mobilizar conhecimento, ou seja, é carregada de um intenso capital social que também se refere à capacidade de cooperar, formar redes, regular seus conflitos, democraticamente, e, enfim, constituir comunidade (FRANCO, 2002).

Henriques (2004) aponta que a comunicação tem a responsabilidade de gerar referências para a ação, mudança de atitudes e mentalidades nos indivíduos, e neste sentido, pode-se pensar a comunicação como uma possibilidade de desenvolvimento da cidadania.

Logo, a comunicação não é somente para a construção de laços sociais e conhecimento, mas também para criação e sustentação de ideologias, formação e conscientização em relação à cidadania. Por fim, possui a capacidade de gerar mobilização social.

2.2 Comunicação como um campo

Além do que já foi citado acima, fez-se necessário compreender como se constitui o campo científico da comunicação. A partir disto, pode-se, primeiramente, definir segundo Lopes (2010/2001), o campo acadêmico da comunicação como um aglomerado de instituições de nível superior que se dedica ao estudo e ao ensino da comunicação, onde se cria a teoria, a pesquisa e também a formação universitária das profissões relacionadas à área. Dentro deste campo, possui as ramificações, também chamadas de subcampos, como por exemplo, o científico, o educativo e o profissional.

O subcampo científico fundamenta-se na construção de conhecimento, uma vez que a pesquisa acadêmica tem como objetivo produzir conhecimento teórico e também aplicado através da articulação de objetos, metodologias e teorias. Já o educativo se constitui pela prática de reproduzir esse conhecimento citado acima através das matérias compreendidas como da área da comunicação. Por fim, o subcampo profissional é definido pelas aplicações práticas do conhecimento e que promove vínculos de diferentes características com o mercado.

Contudo, faz-se necessário apontar algumas fraquezas que permeiam o campo da comunicação. Pode-se citar, primeiramente, a questão da constante transformação do mesmo e que por sua vez produz “novos desafios não só metodológicos e teóricos, mas

também epistemológicos” (IANNI, 1998, p. 34), e isso dificulta a apreensão do pesquisador.

Assim como a questão levantada por Martins (2005, p.5), que foca no

[...] fato de que o campo da Comunicação é difuso quanto à sua natureza epistemológica. Tanto que pode ser recortado enquanto campo científico (ciências sociais aplicadas) quanto pode ser encarado como um conjunto de segmentos prático-corporativos, composto por profissionais de comunicação.

Ainda neste sentido, Braga (2011), aprofunda essas questões que dificultam a construção do campo comunicacional. Segundo ele, a definição do que seria o objeto de estudo da comunicação, pode partir de duas possíveis tendências extremistas, a primeira prevê a comunicação como algo tão amplo, que o objeto seria, de tal modo, incapaz de ser apreendido e que parte do princípio de que tudo é comunicação, uma visão holista que compreende diversas áreas do conhecimento e práticas humanas.

Já a segunda, seleciona alguns ângulos e objetos específicos que são capazes de identificar a área, visão essa que por sua vez enfraquece a questão da multidisciplinaridade e o fortalece o desenvolvimento de setores do conhecimento.

Contudo, segundo Braga (2011), há outras duas possíveis tendências que se constituem de maneira menos radical, a primeira propõe a comunicação como toda e qualquer tipo de conversação contida no espaço social que relacione as trocas simbólicas nas diversas situações e âmbitos da vida social. A outra constrói uma perspectiva da comunicação que está limitada a concepção da mesma através dos meios de comunicação. Ambas se constituem não como visões extremistas, mas tentativas de recorte, e que possuem diferentes graus de abrangência, com suas respectivas vantagens e desvantagens.

Por fim, é importante ressaltar que este trabalho não tem como objetivo definir qual seria a perspectiva mais adequada, apenas realizar os apontamentos das possíveis abordagens a respeito da comunicação e sua complexidade como campo de estudo.

2.3 Comunicação estratégica

Antes de adentrar as questões que envolvem a comunicação estratégica, é de extrema relevância pontuar o que é a estratégia. Segundo Pereira (2009), numa questão mais técnica a estratégia está relacionada a capacidade olhar para o projeto que se

encontra, as tendências verificáveis, e decisões heurísticas de primeira ordem, assim como o nicho competitivo e o portfólio. Ou seja, uma comunicação estratégica precisa dar conta de assimilar todas essas peculiaridades citadas, e partir disto desenvolver determinadas técnicas da área.

A comunicação estratégica também está relacionada à capacidade de se desenvolver um processo de descoberta sobre possíveis formas de promover o processo de comunicação organizacional, assim como, gerenciar as relações internas e externas, em benefício da articulação dos objetivos da empresa e de seus públicos, que são diversos, como por exemplo, trabalhadores, consumidores, governo (MARCHIORI, 2006). Além da necessidade de se desenvolver um processo de comunicação que esteja atento aos movimentos contínuos existentes nos ambientes organizacionais (MARCHIORI, 2010). Ou seja, a comunicação estratégica precisa estar alinhada com o seu ambiente e suas transformações.

Atualmente, é possível assistir às mudanças comunicacionais devida à era digital, e quanto a isso, há um possível exemplo apresentado pela Kunsch (2014), que aponta que com a necessidade de desenvolver a comunicação digital, as organizações passam a operar essas técnicas sob novos paradigmas. Portanto, uma comunicação estratégica neste novo ambiente, se constitui de maneira específica, e que está relacionada ao poder de interatividade nos relacionamentos institucionais e também, mercadológicos com os públicos e a opinião pública.

Também há outro fator fundamental para a comunicação estratégica que está relacionada

À uma comunicação clara, verdadeira e direta, evidenciando objetivos e rumos demonstrando o progresso e as dificuldades a serem enfrentadas. Essa visão empresarial que prioriza a perfeita gestão do conhecimento chama à participação, compromete funcionários, torna a empresa conhecida e transparente. Fundamenta sua imagem e reputação empresarial. Torna os discursos verdadeiros e validados pelas pessoas, ou seja, viabiliza a existência de uma organização com credibilidade (MARCHIORI, 2006, p.86)

Conclui-se então que a comunicação estratégica pressupõe o alinhamento entre os interesses da organização e também de seus públicos, assim como uma visão holística sobre o ambiente que está inserido e o desenvolvimento de uma capacidade de readequação a esse estímulo externo.

2.4 Comunicação estratégica em movimentos sociais

Após realizar apontamentos a respeito do campo da comunicação estratégica, migrou-se para o âmbito mais específico da área e suas perspectivas com o enfoque nos movimentos sociais. A partir disto, ao pensar em comunicação estratégica em movimentos sociais, é preciso partir do princípio de que os movimentos são capazes de tematizar e redefinir a esfera pública, além de realizar parcerias com diversas entidades da sociedade civil e política, ou seja, possuem o poder de definir os modelos da inovação social, assim como o de controle social (GOHN, 2012).

Para maior compreensão a respeito do que seria a comunicação estratégica nos movimentos sociais, Mendonça (2011, p.18) complementa que Doug McAdam (1996) e Alberto Melucci (1996) discutiram as maneiras como movimentos sociais estabelecem táticas comunicativas, dentro de um contexto político e cultural, para permitir que suas causas e seus argumentos se tornem visíveis. Nesse processo, eles precisam criar estratégias de alinhamento com quadros interpretativos culturalmente disponíveis.

Esta perspectiva revela uma comunicação estratégica, uma vez que exige um processo de reflexão sobre a importância dos horários de uma manifestação, assim como a preocupação com a imagem. Ou seja, esses elementos se tornam fundamentais para destacar a visibilidade midiática, um fator relevante para a manutenção dos movimentos.

Mendonça (2011) ainda fala sobre a comunicação para garantir a identidade coletiva e a mobilização, e neste sentido se tornaria estratégica. Segundo ele, quanto a questão da identidade coletiva, a comunicação teria o papel de configurá-la, assim como o de coordenar as ações entre os sujeitos e a criação da intersubjetividade (não se limita a unificar as subjetividades), elemento central para a imersão de identidades coletivas.

Já quanto a questão da mobilização, é possível ir além das estratégias e refletir sobre a própria maneira do movimento social de se organizar. Contudo, na Era da informação, a comunicação estratégica para gerar mobilização se destaca e se constitui de maneira diferente, uma vez que se caracteriza de forma, relativamente, barata e lúdica que proporciona diversos tipos de modelos de mobilização no ciberespaço.

No próximo capítulo, a pesquisa bibliográfica se dedicou a desenvolver mais questões a respeito do ciberespaço e a inserção dos movimentos sociais neste contexto, o novo ambiente da comunicação, a comunicação estratégica nas redes e questões a respeito do ciberativismo

3. Internet e as redes

Este capítulo reuniu diversas concepções sobre como se constitui o novo cenário proporcionado pela internet e as redes sociais, assim como foi possível agregar e apontar as mudanças sociais e culturais que estão envolvidas neste processo.

Além disso, ao compreender a complexidade existente neste contexto, foi possível apontar alguns elementos comunicacionais considerados estratégicos para as redes sociais, questão central para o desenvolvimento deste estudo.

3.1 Ciberespaço

Ao falar de ciberespaço, estamos compreendendo um ambiente, que possui, não uma estrutura técnica específica das telecomunicações, mas sim uma nova forma de usar as infraestruturas que já existem, ainda que elas estejam num processo de acomodação (LÉVY, 1999), portanto, o ciberespaço, promove um tipo específico de relação entre os usuários que antes era inimaginável.

Por isso, pode-se apreender este ambiente como uma prática de comunicação que se caracteriza por meio de atividades interativas, recíprocas e comunitárias que se constitui um mundo virtual vivo e diferenciado, em que todos os usuários têm a possibilidade de participar e consequentemente, contribuir (LÉVY, 1999).

Pierre Lévy (1999), aponta ainda três variáveis importantes que orientam o crescimento inicial do ciberespaço, sendo elas: interconexão, comunidades virtuais e inteligência coletiva.

A interconexão está relacionada com o desenvolvimento de um processo de quebra de fronteiras, que faz da conexão um importante bem e que pressupõe uma mudança na comunicação em relação às noções sobre canal e de rede, capaz de criar um sentimento de espaço envolvente, a partir do qual, todo espaço se tornaria um canal interativo.

O autor ressalta ainda uma questão relevante para a pesquisa: define que essa interatividade é a possibilidade, juntamente com os dispositivos técnicos, de tornar os participantes do processo comunicacional, ao mesmo tempo, emissores e receptores de mensagem. Desta maneira, este pressuposto exige uma nova perspectiva de análise, avaliação e compreensão das maneiras de se comunicar, pois se tem um ambiente muito mais complexo e que está inserido em um sistema específico.

As comunidades virtuais estão intimamente relacionadas à interconexão e se constituem por meio de identificação de interesses comuns, conhecimentos e projetos conjuntos. É um processo de troca, e que não se limitam à proximidade física e de aparatos institucionais. Ou seja, é a habilidade de unir os interesses que estavam espalhados ao redor do mundo.

Já a inteligência coletiva, surge como um pressuposto das comunidades virtuais. Pois as sociedades só têm interesse em se tornar comunidades virtuais para unir o ideal do coletivo inteligente, tornando-o mais imaginativo, com maior rapidez e capacidade de aprendizado do que se constitui um coletivo inteligente que é gerenciado.

Outra questão trabalhada pelo autor é sobre o ambiente complexo e rápido que caracteriza o ciberespaço, uma vez que a cada minuto que se passa, inúmeras pessoas começam a adentrar ao ambiente da internet e por consequência, novas informações são anexadas à rede. Por isso, o autor afirma que quanto mais este espaço se expande, mais universal ele se torna e propicia um mundo informacional cada vez menos redutível.

3.2 Cibercultura, redes sociais e a comunicação

Pierre Lévy define a cibercultura como “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais) de práticas, atitudes, modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (rede – interconexão mundial de computadores)” (LÉVY, 1999, p.17). É uma cultura que insere as mídias digitais, altera aprendizados e as formas de consumo.

A princípio é preciso pensar em como as sociedades estão organizadas no referido contexto. Castells (1999) afirma que as redes constroem um novo modelo social, e a expansão das mesmas altera, substancialmente, a execução e até mesmo os resultados produtivos e de experiência, assim como questões relacionadas ao poder e cultura.

Afirma ainda que este novo paradigma da tecnologia da informação garante um material-base para sua penetração em toda estrutura social, e que está inserido num contexto em que “a presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes fundamentais de dominação e transformação de nossa sociedade” (CASTELLS, 1999, p. 565). Portanto, a sociedade em rede é fortemente caracterizada pelo modelo de ação social.

Além disso, Jenkins (2008) aponta que as redes sociais são muito importantes porque elas inserem uma nova lógica na comunicação, que inclusive pressupõe a quebra da lógica da indústria cultural, e pressupõe acima de tudo que as redes permitem e capacitam os sujeitos a produzir e divulgar os bens culturais produzidos por eles mesmos e que parte sempre de um princípio cada vez mais participativo.

Portanto, o advento das mídias sociais modifica o padrão e a metodologia da produção de informação (CORRÊA, 2009), e neste sentido, as instituições “recorrem a processos conjugados e coerentes com a proposta e por isso precisam de estratégias” (HERBELÊ; SOARES, 2013, p.162).

Ao falarmos em comunicação estratégica nas redes sociais, é importante pensarmos nisso como um processo que implica a compreensão de duas variáveis fundamentais, a estratégia e o ambiente digital (CORRÊA, 2005). Ou seja, exige a delimitação de qual é a estratégia a ser seguida e que a mesma seja enquadrada e adequada ao ambiente digital, o que exige uma capacidade de conhecer as singularidades existentes nas redes sociais.

A estratégia é compreendida neste trabalho como uma maneira de pensar com antecedência, prever os cenários e observar o contexto, com o intuito de levar o projeto com maior estabilidade possível, ou seja, é pensar positivamente todo o processo, visando sua eficiência e com resultados satisfatórios (HERBELÊ e SOARES, 2013).

Logo, planejar a comunicação de forma estratégica é um ponto central para o desenvolvimento de vínculos entre públicos e projetos de mobilização social, esses que podem ser definidos como uma “reunião de sujeitos que definem objetivos e compartilham sentimentos, conhecimentos e responsabilidades para a transformação de uma dada realidade, movidos por um acordo em relação a determinada causa de interesse público” (MAFRA et al, 2004, p.36).

Portanto, é possível identificar que neste caso, não basta apenas a compreensão do tema através do espectro empresarial, isso seria insuficiente, é necessário vincular a comunicação à lógica dos movimentos sociais (MAFRA, 2006).

Além disso, para as organizações, as redes sociais são espaços para compartilhar informação e conhecimento, em que pessoas com os mesmos objetivos, têm a oportunidade de trocar experiência e conseqüentemente, criam bases e aglomerados de informações importantes para o setor em que atuam (TOMAÉL et al, 2005), logo, pode ser um ambiente estratégico para os movimentos sociais, uma vez que incita o debate, a troca de conhecimento e a construção de uma perspectiva coletiva.

3.3 Comunicação dos Movimentos Sociais nas redes sociais

Como já foi mencionado anteriormente, assim como qualquer outro tipo de organização, os movimentos sociais estão em uma sociedade e precisam dialogar com a mesma, portanto, este tópico focou em compreender como os movimentos podem atingir esse objetivo e ampliá-lo, através do ciberespaço. Uma vez que

constroem-se em torno de sistemas de comunicação – essencialmente a Internet e os meios de comunicação – porque esta é a principal via que estes movimentos encontram para chegar àquelas pessoas que podem eventualmente partilhar os seus valores, e a partir daqui actuar na consciência da sociedade no seu conjunto (CASTELLS, 2004, p. 170).

Além disso, a internet é um ambiente com uma tendência a proporcionar interatividade, cooperação e descentralização (MORAES, 2000). O mesmo se amplia, uma vez que pode se tornar um importante aliado em permitir a conexão entre pessoas em risco e outros movimentos e, por consequência, chamar a atenção para a opinião pública mundial, ultrapassando as escalas locais (PEREIRA, 2011).

Deste modo, pode-se pensar no ciberespaço como um modelo de esfera pública que é capaz de ampliar o capital social e que remodela as formas comunitárias, identitárias e amplia a participação política. Neste sentido, podemos compreender as mídias atuais como um fator privilegiado da coisa pública, embora a colaboração e a conversação sejam bases para a ação política, não se pode ter garantias de sua efetividade (LEMOS, 2009).

Mas ainda assim, a internet oferece insumos para a participação do cidadão, e isso pressupõe alguns objetivos, como por exemplo, “a autopromoção humana, a realização da cidadania, a definição das regras do jogo, o controle do poder, a moderação da burocracia, a prática da negociação e a construção de uma cultura democrática” (PERUZZO, 2008, p.6).

Portanto, em um segundo momento, é importante compreender que a partir do ponto de vista dos movimentos sociais, que buscam engajar seus públicos, a internet não pode ser entendida como apenas um espaço mais democrático, mas também que proporciona diversas ferramentas que articulam a informação e que permitem

[...] aos movimentos sociais uma intervenção ágil em assuntos específicos, acentuando-lhes a visibilidade pública. Outro fator positivo é a constituição de comunidades virtuais por afinidades eletivas. Formam-se, assim, coletivos em rede, por aproximações temáticas, anseios e práticas comuns de cidadania. Eles compartilham ações sociopolíticas, tendo em vista o fortalecimento dos laços comunitários e de uma ética por interações, assentada em princípios de diálogo, de cooperação e de participação (MORAES, 2000, p. 154).

Desta forma, a internet pode auxiliar e expandir as práticas democráticas, além da possibilidade de se constituir como um meio de comunicação comunitário de caráter mais expansivo. Este por sua vez, educa não somente pelos conteúdos que divulgam, mas também pela possibilidade de gerar e oferecer aos cidadãos o envolvimento direto no processo comunicativo (PERUZZO, 2008).

Há alguns exemplos de movimentos sociais já consolidados neste ambiente e que se destacam quanto sua atuação e visibilidade através do Facebook, uma das redes sociais mais populares e acessíveis. Pode-se citar, com dados de setembro de 2018, o próprio Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (cerca de 346.000 curtidas), o Levante Popular da Juventude (cerca de 357.000 curtidas), o Movimento Brasil Livre (cerca de 2.816.000 curtidas), assim como o Greenpeace Brasil (cerca de 3.289.000).

3.4 Ciberativismo

Após tudo o que foi exposto, pode-se pensar que o ciberativismo surge como um processo inerente ao movimento de migração dos movimentos sociais para o ciberespaço, justamente porque a partir dele é possível, mais facilmente, organizar protestos e mobilização, e podemos, segundo Vegh (2003, apud RIGITANO, 2003, p. 3), dividi-lo em três categorias básicas. A primeira concebe a internet como uma fonte alternativa de comunicação e possuindo maior acesso às informações relatadas ou não pela mídia de massas, a partir disso as pessoas podem ter acesso a outras realidades, se sensibilizar, apoiar causas, e até mesmo participar de ações e protestos online.

Na segunda categoria definida pelo autor, inclui-se a organização e a mobilização, a partir da internet, para um determinado objetivo e/ou ação, e que existem três formas de gerar mobilização sendo elas: 1) rede usada para convidar para alguma ação offline, 2) internet usada para realizar uma ação que é mais efetiva no ambiente online, 3) rede usada para organizar e mobilizar para uma atividade que só pode ser online.

Já a terceira categoria, é constituída por uma iniciativa de ação/reação, que são conhecidos como hacktivismo, que apresenta diversos atos, como apoios, invasões de sites, e até mesmo ciberterrorismo, ou seja, esses tipos de ações visam gerar ações diretas pró ativas e reativas via internet.

Contudo, Pereira (2011, p.12) desenvolve uma outra abordagem que define que,

O ativismo online pode se desenvolver através de duas estratégias: a primeira é aquela na qual a Internet é utilizada como um apoio, de forma a fortalecer outras formas de ação política que já ocorriam fora da Internet, como por exemplo, o uso de emails e de plataformas sociais para informar os militantes sobre uma manifestação presencial que está a ser programada. Neste caso o email é utilizado como mais um mecanismo para favorecer a mobilização. A segunda é aquela em que somente através da Internet a ação poderá ser realizada, tal como uma invasão de página ou um sit-in virtual, ou seja, a Internet é o meio no qual a ação se desenvolve.

Ou seja, a efetividade das ações ciberativistas depende do grau de engajamento dos indivíduos desconhecidos e dispersos, para isso são necessários componentes identitários que são construídos e repassados através de atuações performáticas (MONTARDO; ARAÚJO, 2013). Portanto, agora se realiza um novo modo de resistência que “passa pelo conhecimento e pela autoformação de indivíduos autônomos e colaborativos” (SILVEIRA, 2010, p. 38).

Esse modo de resistência, se caracteriza por uma organização nova, na qual, a informação é produzida e distribuída de forma eficaz, e isso contribui para ampliar o processo de produção, reprodução e compartilhamento, que envolvem expressar ideias, valores, e interesses coletivos. Desta forma, pode-se afirmar que a rede se constitui como um espaço público essencial para o fortalecimento de algumas demandas sociais, no sentido de que ampliam a proporção das ações e proporcionam estratégias de atuação mais eficazes (MACHADO, 2007).

Por outro lado, o autor propõe que o ativismo político, engajamento em causas sociais, crimes se confundem cada vez mais na atuação dos movimentos sociais, através de uma globalização alternativa de grupos radicais e de outras organizações com atuação em rede supranacionais. Segundo o mesmo, isso acontece devido ao aumento da ação coletiva em áreas que dificultam a definição jurídica e política.

4. Estudo sobre o Facebook do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

Esta etapa da pesquisa teve como objetivo aprofundar os conhecimentos a respeito do objeto de estudo escolhido. Para isso, reuniu-se informações a respeito do movimento e, posteriormente, foi realizada uma análise descritiva das ferramentas presentes no Facebook e sua configuração no mês de novembro de 2018.

4.1 O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - MST, surge oficialmente, segundo seu site oficial, na cidade de Cascavel no Paraná em 1984 no contexto do encontro nacional dos trabalhadores rurais que lutavam pelos anseios democráticos e o acesso à terra. Contudo, lutas anteriores a essa data, marcam o início do movimento, como por exemplo, as ocupações das glebas Macali e Brilhante, em Volta Redonda-RS no ano de 1979 e a ocupação da fazenda Burro Branco, em 1980 na cidade de Campo Erê - SC (FERNANDES, 1994).

Além disso, o movimento se oficializou pautado em três objetivos: lutar pela terra, lutar pela reforma agrária e lutar por mudanças sociais. Contudo, Fernandes (2012), pontua que o movimento é antes de tudo uma luta contra o capitalismo, que se pauta na exploração e expropriação, ou seja, a reforma agrária possibilita a construção de novas formas de organizar a sociedade que viabilizam a posse da terra, acesso à propriedade familiar.

Uma outra questão é que essas formas de organização geram rupturas e desafios com as instituições convencionais, uma vez que

a luta pela terra é um dos problemas sócioespacial e político de que estas instituições se ocupam. A reforma agrária consta em seus programas como um objetivo a atingir, mas não são os sujeitos realizadores do processo. Estas instituições aparecem no cenário da luta como "apoio", através das alianças, mas de fato os verdadeiros realizadores são os trabalhadores, são eles que fazem a luta. Mas a forma de organização dos movimentos sociais tem a eficácia de permitir que estas instituições o perpassem. Assim, acontece uma interação conflitante e, em seu desdobramento, os sujeitos que se fazem na luta vão reconhecendo o seu papel nesse processo - a sua competência e a sua legitimidade (FERNANDES, 2012, p.18).

Portanto, é possível afirmar que, hoje, o MST busca colocar em pauta temas relacionados à reforma agrária, articulando o assunto no âmbito governamental e em

associações políticas (partidos), e que por isso se constitui como um dos movimentos de maior reconhecimento no cenário brasileiro, e que chama atenção para seu tamanho e consistência. Uma vez que, segundo seu site, está presente em 24 estados e possui cerca de 350 mil famílias assentadas, assim como a conquista por escolas nas terras assentadas e com acampamentos, que impactam centenas de crianças e adolescentes que ajudam a construir “uma cultura da educação infantil no campo” (CALDART, 2001, p.207)

Estão organizados em três setores, segundo seu site oficial: frente de massa, luta pela reforma agrária e transformação social. A frente de massa diz a respeito da atuação ativa de trabalhadores rurais em grandes cidades, com a finalidade de chamar atenção para os problemas e ganhar visibilidade, segundo o site, na maioria das vezes as manifestações são pacíficas e chamam atenção pela disciplina dos participantes, esses que trabalham fortemente a simbologia do movimento carregando as bandeiras. A frente de massa seria o primeiro passo e o objetivo a ser alcançado.

Já a luta pela reforma agrária consiste na luta de distribuição massiva de terras aos camponeses, com a finalidade de democratizar a propriedade e garantir acesso a ela, e assim distribuí-la a todos aqueles que pretendem produzir e usufruir da mesma.

Por último, a luta pela transformação social, que segundo o site do MST, significa uma transformação na sociedade brasileira e um projeto de desenvolvimento nacional com justiça social. É a luta por uma sociedade mais justa e fraterna, com o intuito de solucionar graves problemas estruturais do Brasil, como desigualdade social e de renda, a discriminação da etnia e gênero, a concentração da comunicação e a exploração do trabalhador urbano.

Caldart (2001) ainda busca apontar as principais características presentes no referido movimento sendo elas: a radicalidade do seu jeito de fazer a luta e os sujeitos que ela envolve; a multiplicidade de dimensões em que atua; a combinação de formatos organizativos diversos; a capacidade que vem construindo de universalizar, uma bandeira de luta que nasce de um grupo social específico e de seus interesses sociais imediatos.

A primeira característica apontada pela autora está diretamente relacionada à forma como mobilizam e lutam. Durante as ações, o movimento mostra os aspectos que contesta e o que se pretende alterar. A autora pontua, ainda, que esta característica proporciona uma separação entre aqueles que gostam e os que não gostam do MST, portanto, na maioria das vezes ninguém fica indiferente a ele.

Já a segunda, está relacionada ao fato de que ao longo da atuação, o movimento acabou realizando escolhas na forma de conduzir sua luta, assim como desenvolveu interesses por outras lutas sociais, envolvendo questões da educação, cultura, produção, saúde e aos direitos humanos.

Já a combinação de formatos organizativos diversos, chama atenção para a necessidade que o MST tem de dar conta de seus propósitos e dimensões da luta, e que isso fez com que fosse construído um modo de organização que “mistura a versatilidade de um movimento social, no qual entra todo mundo o tempo todo, com um xadrez de relações sociais e organizacionais próprias quase de uma instituição social, que se pretende flexível, mas duradoura” (CALDART, 2001, p.209). Esse fenômeno dificulta que estudiosos enquadrem o MST nas classificações existentes, desta forma, o próprio movimento resolve essa questão ao se auto-intitular como organização social de massas (características opostas tornam-se base do movimento).

Já a última característica apresentada pela autora, revela a preocupação do movimento em gerar processos educativos para que a sociedade tenha acesso e assimile a Reforma Agrária como uma luta ampla, que envolve diversos atores sociais, e não somente os trabalhadores da terra, portanto, isso faz com que camadas excluídas da sociedade e indivíduos com a mesma perspectiva política se identifiquem cada vez mais com o movimento e seus integrantes.

Desta maneira, o Movimento dos Trabalhadores Rurais se tornou um modelo de contestação da realidade social e do combate à estrutura capitalista, pois a luta propagada está sendo construída de uma maneira que permite reunir novos e inusitados indivíduos assim como valoriza as questões humanas e libertárias, ou seja, proporciona, aos pobres, mudança social e humana, assim como a possibilidade de se mostrarem cidadãos com dignidade e que lutam pelo povo (CALDART, 2001).

Logo, é importante salientar que apesar das limitações que certamente o movimento possui, ele pode ser considerado um modelo e com capacidade de agregar novos membros uma vez que possui uma amplitude nacional considerável e abarca diversas questões sociais que vão além da reforma agrária.

4.2 Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra na internet

Como já apontado anteriormente, nota-se a constante expansão do ambiente digital e desta maneira, os movimentos sociais viram a necessidade de migrarem para esse novo contexto. Com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, não foi diferente, e hoje atua em quatro principais plataformas: o site oficial, o Facebook, Twitter e Instagram.

O site oficial do movimento apresenta informações mais completas, como por exemplo, a história do MST, perspectivas que orientam a luta pela terra, projetos, dentre outras ações atualizadas periodicamente (com um número mais rico em detalhes se em comparação com outras plataformas). Além disso, o conteúdo produzido em seu site é utilizado como link em outras redes sociais.

Já seu Twitter contava, no dia 03 de setembro de 2019, com 124,9 mil seguidores e mais de 21,3 mil publicações, todas elas com informações pontuais, com chamadas para ações, notícias sobre o universo político, e links para reportagens mais completas (produzidas no site oficial). É importante ainda destacar que na maioria das vezes são publicações acompanhadas por imagens de alta qualidade e que chama atenção para o assunto.

Já no Instagram, os conteúdos estão bem alinhados aos que são publicados no Facebook, e contavam, em setembro de 2019, com cerca de 260 mil seguidores e com mais de 2.300 publicações. Além disso, trabalham conteúdos mais rápidos e objetivos através de seus stories.

Contudo, este estudo se dedicou a estudar especificamente a página do Facebook, uma vez que é a rede social que apresenta maior alcance dos públicos. Desta forma, no próximo subcapítulo foi elaborado para pontuar e analisar as especificidades encontradas nesta plataforma e como o movimento organiza suas informações gerais.

4.3 Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra no Facebook

A página oficial do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra no Facebook foi criada, especificamente, no dia 17 de dezembro de 2010. E no dia 03 de setembro de 2019, contava com 365.299 mil curtidas e 366.650 seguidores, ou seja, pode-se afirmar que é uma página de grande relevância e alcance. Além disso, eu

username para marcações é @MovimentoSemTerra e se auto definem na página (aba sobre) como “organização política”.

4.4 Análise Descritiva do Facebook

4.4.1 Página inicial

Figura 1 - organização da página



Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

1- O domínio da página do Facebook é “<https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>” e está situado na parte superior da página como em todos os sites.

Ou seja, o domínio está intimamente alinhado ao *username* citado anteriormente, o que facilita o acesso direto à página, além de ser uma referência clara ao movimento (podendo ser acessada até mesmo instintivamente pelo domínio do Facebook) constituindo-se de forma objetiva e estratégica.

2- Na aba “página inicial”, a primeira coisa que é vista no canto superior esquerdo é a foto escolhida, que no caso, é o desenho que apresenta o MST - Movimento dos Trabalhadores Sem Terra, e posteriormente o seu *username* @MovimentoSemTerra.

É importante ressaltar que a foto de capa remete ao fortalecimento da identidade visual, visto que o referido desenho representa a história e a luta do movimento e que está presente em sua bandeira.

3- Ainda na parte esquerda do site, são apresentadas todas as possíveis abas de acesso, sendo elas respectivamente: Página Inicial; Sobre; Fotos; Vídeos; Youtube; Notícias; Jornal Sem Terra; Lutas e Conquistas; Eventos; Publicações; Notas; Comunidade; Informações e Anúncios. Assim como apresenta um botão que possibilita a criação de uma página no Facebook.

É relevante pontuar a preocupação do movimento em criar abas específicas para falar sobre suas ações, e que foge do padrão fornecido pelo Facebook, o que facilita a procura e acesso às informações.

4 - Na página inicial, no centro superior da página, encontra-se a capa, que no dia do *print*, trazia os seguintes dizeres: “35 anos de luta e resistência”, uma referência ao processo histórico e de sobrevivência do movimento

Na capa, vemos que o movimento busca, de imediato, propagar sua perspectiva ideológica, que como citado anteriormente, e que está relacionada, neste caso, à resistência às tentativas de enfraquecer e criminalizar o movimento. Ou seja, esse elemento se constitui como uma forte estratégia comunicacional, uma vez que a primeira coisa que se vê ao acessar a página, é a vertente ideológica que relaciona imagem e dizeres.

Logo abaixo encontra-se quatro ferramentas: Curtir; Seguindo; Compartilhar; ...;

A ferramenta curtir apresenta uma única função de proporcionar ao usuário o *like* ou o *deslike*. Já o botão Seguindo além de proporcionar a escolha do usuário de ver ou não as publicações, fornece filtros específicos em relação ao *feed* de notícias e a notificações, sendo o primeiro composto por: Ver primeiro; Padrão; Deixar de seguir, e o segundo, a possibilidade de ativar ou não notificações sobre as publicações.

A ferramenta compartilhar abre uma outra ferramenta que possibilita ao usuário da rede compartilhar e divulgar a página do Facebook, podendo ser configurada as questões de privacidade.

Em “...” encontramos outras funções para serem executadas na página como: Salvar; Sugerir edições; Criar página; Curtir como sua página; Convidar amigos; Bloquear a página; Dar feedback ou denunciar a página.

Ainda abaixo da capa, mas ao lado direito, é possível encontrar o botão “cadastre-se”, que ao clicar leva ao site oficial do MST (<http://www.mst.org.br/>). Ao lado encontra-se o botão “enviar mensagem”, que permite ao usuário conectar-se diretamente com o movimento.

Este ponto é de extrema relevância, uma vez que é no site oficial que o usuário pode encontrar conteúdos mais densos, como as passagens históricas sobre o movimento, além da possibilidade de desenvolver uma perspectiva diferente do que é apresentada na página.

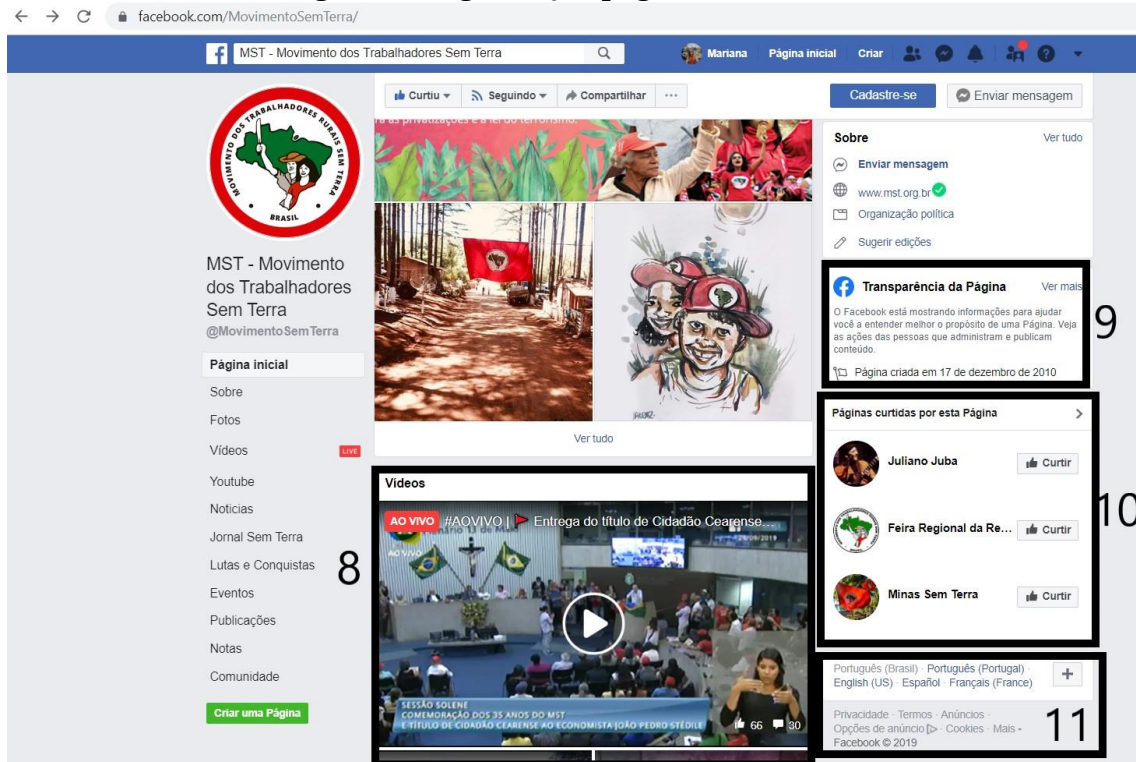
5- Ainda na parte central da página, inicia-se os conteúdos, a primeira opção que aparece são as fotos. As fotos utilizadas nas publicações são sempre de boa qualidade, e muitas vezes possuem tratamentos para trazer mais cor e intensidade, além de sempre estarem alinhadas ao intuito da mensagem.

6- Na parte esquerda inferior, encontramos um bloco chamado de “Comunidade” que apresenta a possibilidade de convidar um amigo para curtir a página, número de curtidas e seguidores, e amigos em comum que curtem a página. Uma questão que ajuda muito no crescimento da página, uma vez que proporciona a possibilidade de convidar os amigos e assim expandir o alcance da página.

7- Logo abaixo, há o “Sobre” que reúne informações sobre o tempo que a página demora para responder, o link para o site oficial, sua definição como organização política, e a possibilidade de sugerir edições.

Apesar de neste campo haver poucas informações, acredita-se que contém o necessário, uma vez que é possível identificar do que se trata a página, ter contato com ela, e ter acesso ao site oficial (onde é possível encontrar informações mais específicas). Além de proporcionar uma participação mais ativa do usuário (elemento fundamental no ciberespaço) ao fornecer a possibilidade de sugerir edições (ferramenta própria da referida rede social)

Figura 2 - organização página inicial



Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

8- Posteriormente, aparece a opção de “vídeos” e por fim, as publicações completas para serem acessadas normalmente pela linha do tempo. Além disso, é importante apontar que alguns vídeos são mais elaborados que outros, alguns são apenas representantes do grupo convidando para ações, já outros buscam uma perspectiva mais educativa e reflexão sobre o movimento. Ou seja, a princípio, não existe um padrão.

9- No item 9, tem-se a transparência da página, que permite que o usuário visualize a data de criação da página e outras informações que ajudam a garantir a segurança das informações.

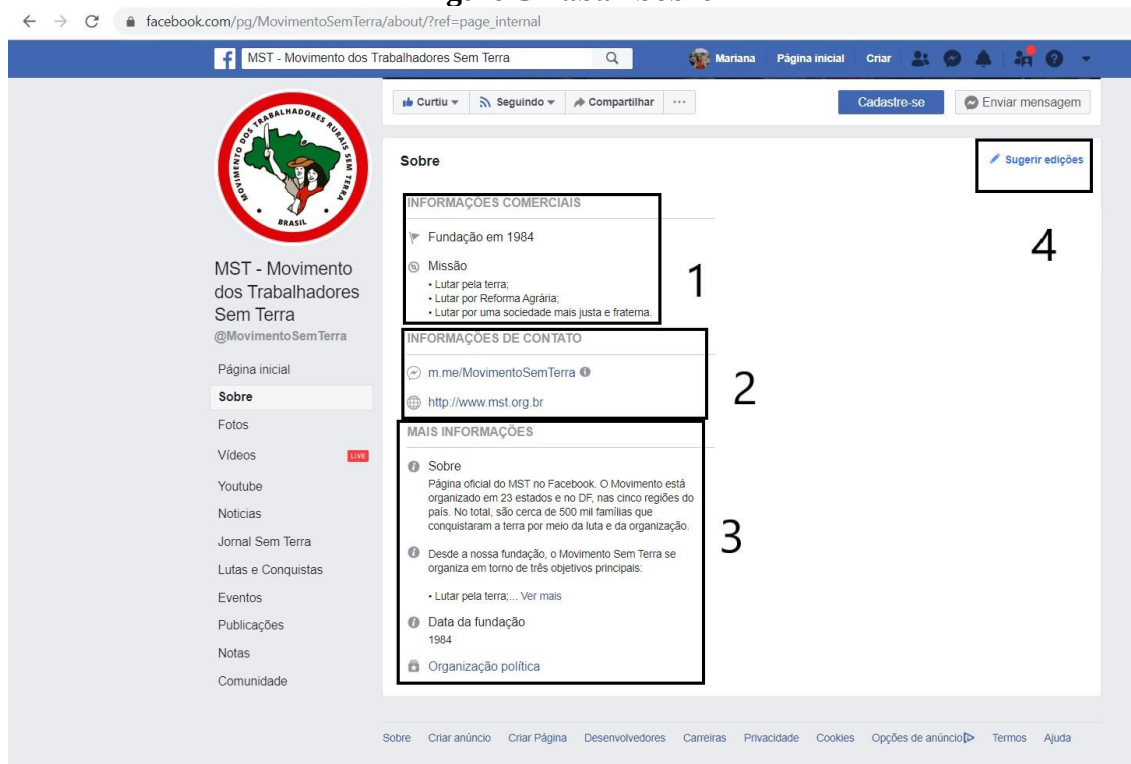
10- Mais abaixo, encontram-se as páginas curtidas pela página do MST, com sugestões para curtir. Este campo pode ajudar o MST a estabelecer vínculos com outras páginas, com temáticas semelhantes, e expandir seu alcance através de associações indiretas.

11- Por fim, há “Configurações e Direitos Autorais” dedicados ao próprio Facebook e sua navegação (também estará presente em outras abas como em Publicações, Comunidade, e Informações e Anúncios).

4.4.2 Sobre

As informações colocadas nesta seção, são curtas mas estratégicas, pois é capaz de reunir pontos centrais sobre o movimento, capta sua essência, através de uma linguagem objetiva e simples (características relevantes para internet).

Figura 3 - aba “Sobre”



Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

1- Ao entrarmos no “Sobre” encontramos o que o Facebook denomina de informações comerciais. No caso da página do MST, tem a data de surgimento do movimento e sua missão.

É importante que a página se preocupe em expor sua missão, pois é o sentido que o movimento deseja seguir. Contudo, poderia haver mais informações estratégicas, como os valores e visão.

2- Logo abaixo, há “informações de contatos”, com link para o Messenger da página (contato online) e o site oficial da página. Como já dito anteriormente, é importante que o usuário possa se comunicar com a página, assim como é importante colocar o link para que ele possa ter acesso a mais informações através do site oficial e que pode ajudar o usuário a complementar o “sobre”.

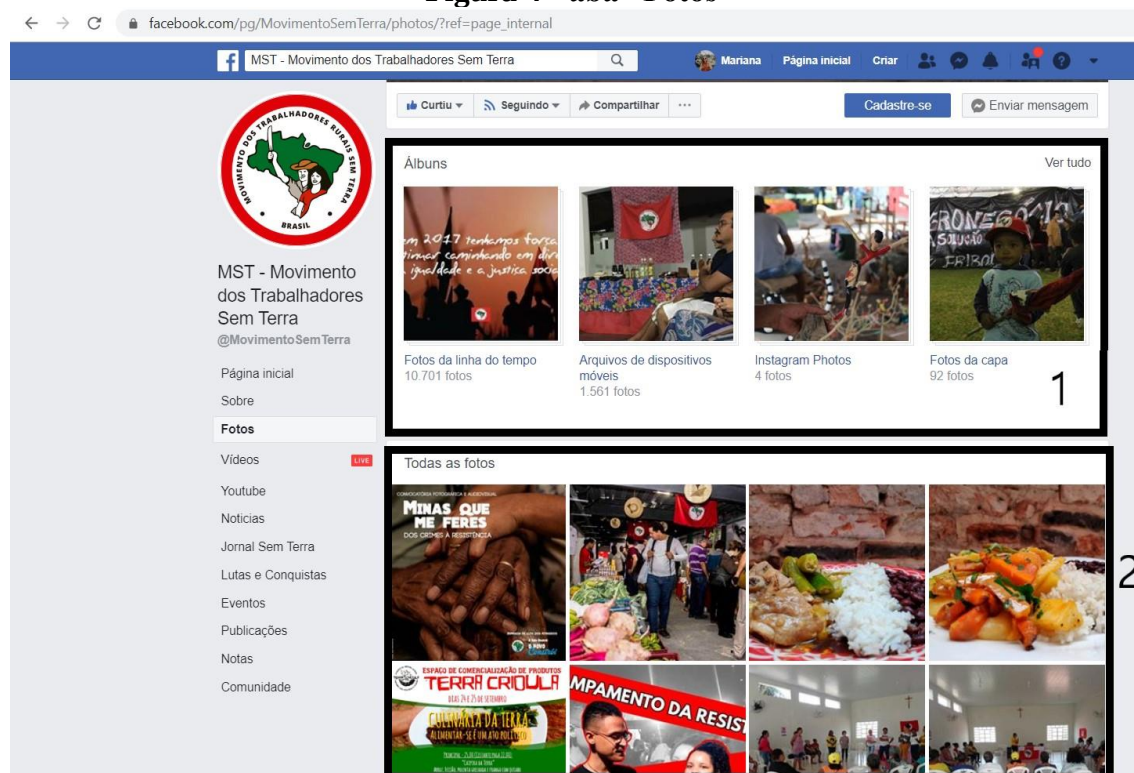
3- Por fim, no último segmento presente nesta aba, encontramos “mais informações”, como descrição (sobre) detalhada do movimento e como se intitula, que no caso é como “Organização Política (nesta parte é possível acessar o hiperlink que leva para outras páginas com a mesma titulação).

4- Além disso, na parte superior esquerda encontra-se um botão que possibilita ao usuário sugerir edições nesta aba. Como já dito anteriormente, essa ferramenta fomenta a participação mais ativa do usuário e o integra de alguma forma à página.

4.4.3 Fotos

É possível perceber que o MST não possui a preocupação de organizar suas fotos de acordo com temas. Isso acontece porque as fotos são sempre articuladas dentro das publicações e depois não há um gerenciamento correto que as coloque em pastas temáticas. A questão central, é que isso pode, muitas vezes, dificultar a busca do usuário por uma foto específica.

Figura 4 - aba “Fotos”



Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

1- Logo que entramos na aba “fotos” encontramos na parte superior central quatro álbuns: fotos na linha do tempo; fotos de capa; arquivos dispositivos móveis;

foto de perfil. Ou seja, as fotos são classificadas pela forma em que foram publicadas e não por temas/assuntos (em álbuns específicos), o que pode dificultar a procura por algum assunto específico.

2- Já na parte inferior central encontramos todas as fotos publicadas de acordo com sua ordem cronológica da mais recente a mais antiga.

4.4.4 Vídeos

Na aba vídeos, os conteúdos seguem apenas o critério da ordem cronológica do mais recente ao mais antigo vídeo. Formato sugerido pela diretriz do próprio Facebook.

Figura 5 - Aba “Vídeos”

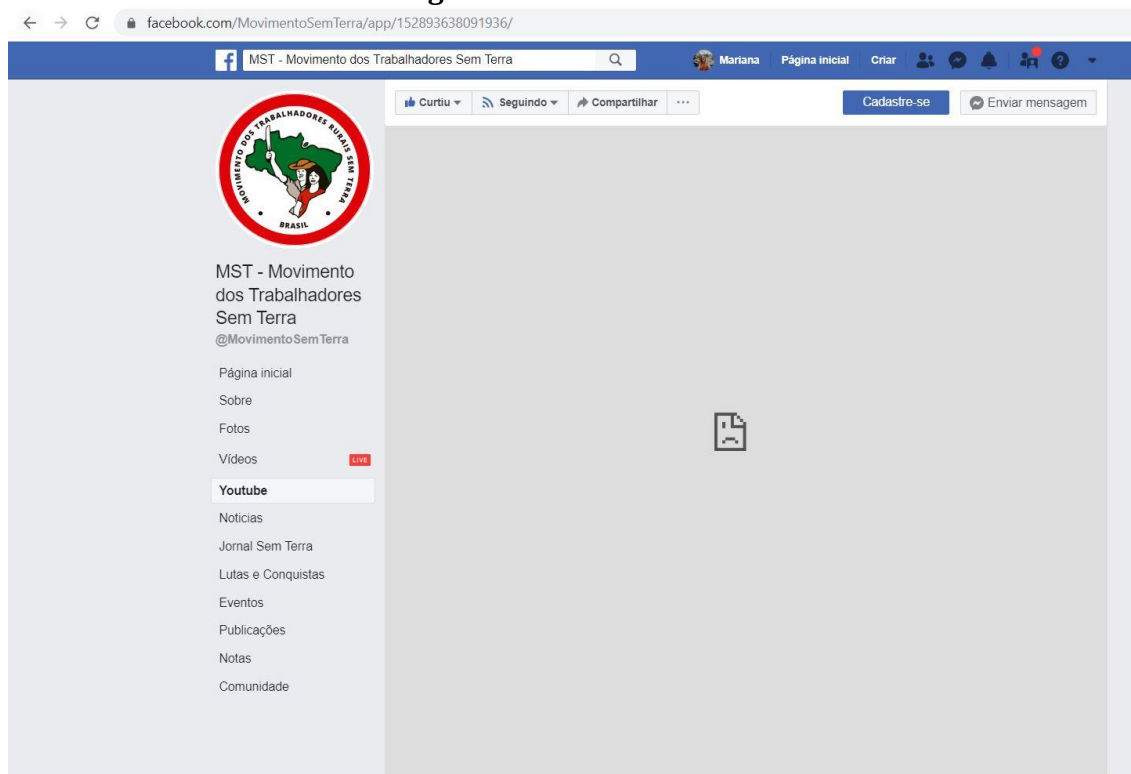


Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

4.4.5 Youtube

Nesta aba, aparece o recado de que não é possível estabelecer conexão, ou seja, não apresenta nenhum conteúdo.

Figura 6 - aba “Youtube”



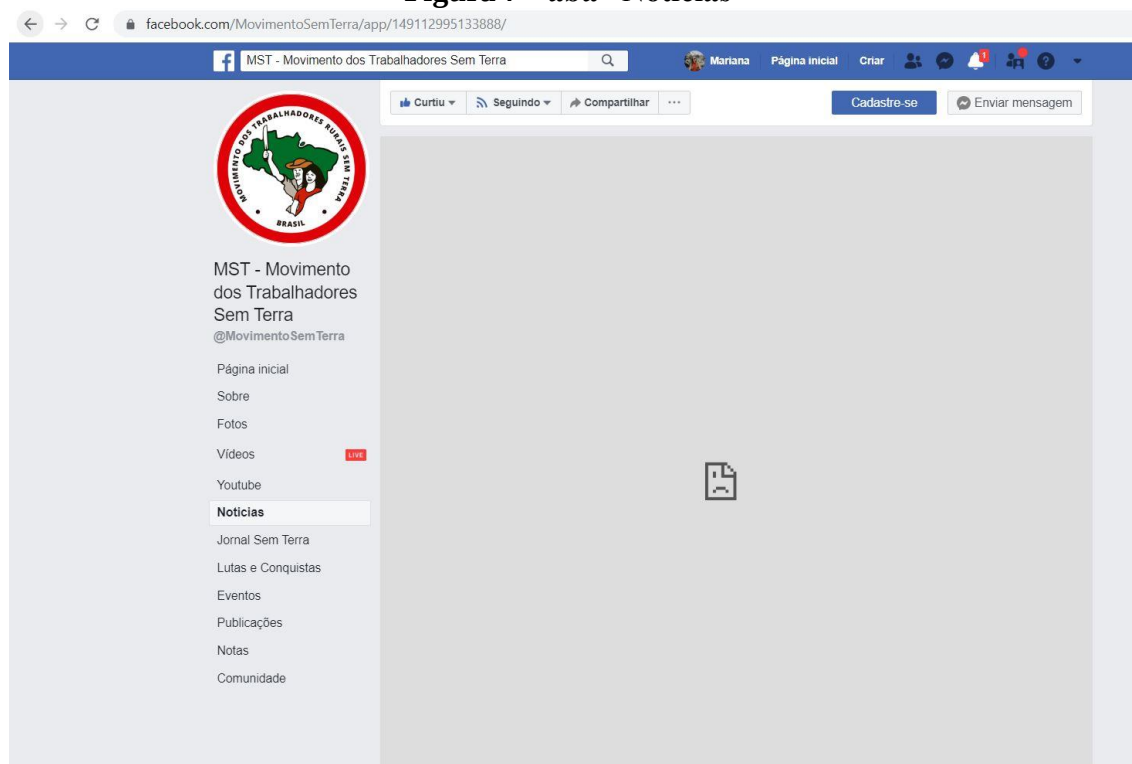
Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

Essa aba se constituiria de forma muito interessante, caso ela possuísse conteúdo de acesso ao Youtube (seria uma forma de integrar com outras redes sociais), contudo, ao abrimos não encontramos nada, assim como em algumas outras abas que serão expostas posteriormente.

4.4.6 Notícias

Nesta aba, também não é possível acessar às informações. Ou seja, o movimento quebra com a expectativa do usuário e perde a oportunidade de realizar um clipping, que para área de comunicação é de extrema importância para verificar o alcance e relevância das ações, assim como perde a possibilidade de mostrar sua relevância diante à imprensa para o usuário.

Figura 7 - aba “Notícias”

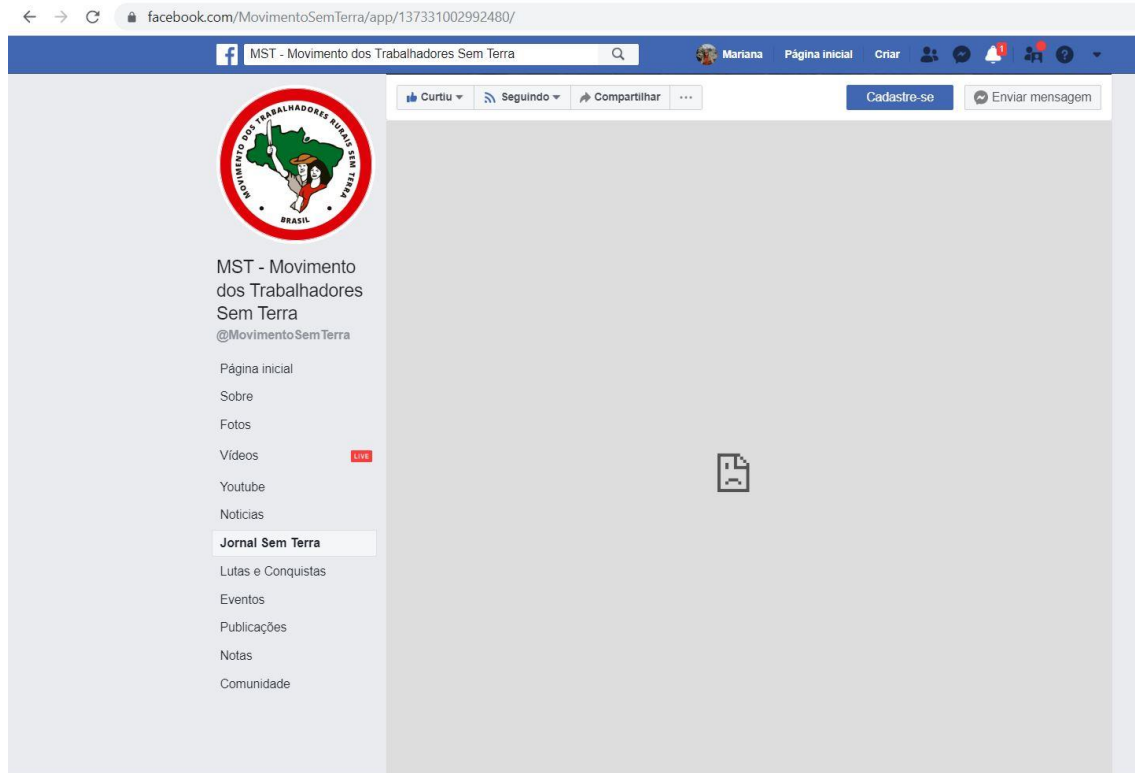


Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

4.4.7 Jornal Sem Terra

Na aba Jornal Sem Terra, também não é possível encontrar nada. Esta aba também quebra com a expectativa do usuário, uma vez que não apresenta nenhum conteúdo.

Figura 8 - aba “Jornal Sem Terra”

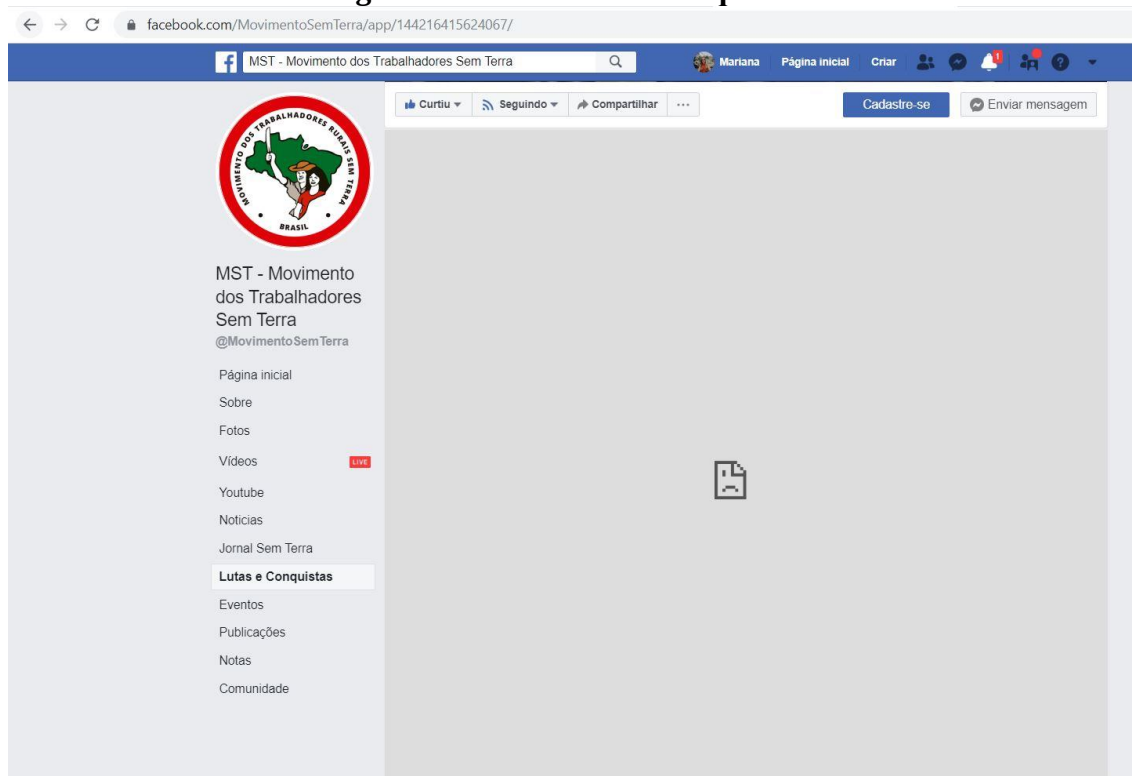


Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

4.4.8 Lutas e Conquistas

Não é possível encontrar informações na aba Lutas e Conquistas. Mais uma vez, encontramos uma aba que não apresenta nenhum conteúdo, e também perde a oportunidade de atender algumas demandas comunicacionais específicas, que neste caso, é promover as conquistas realizadas e que por consequência, poderia fortalecer a imagem e legitimar o movimento como uma organização bem institucionalizada.

Figura 9 - aba “Lutas e Conquistas”

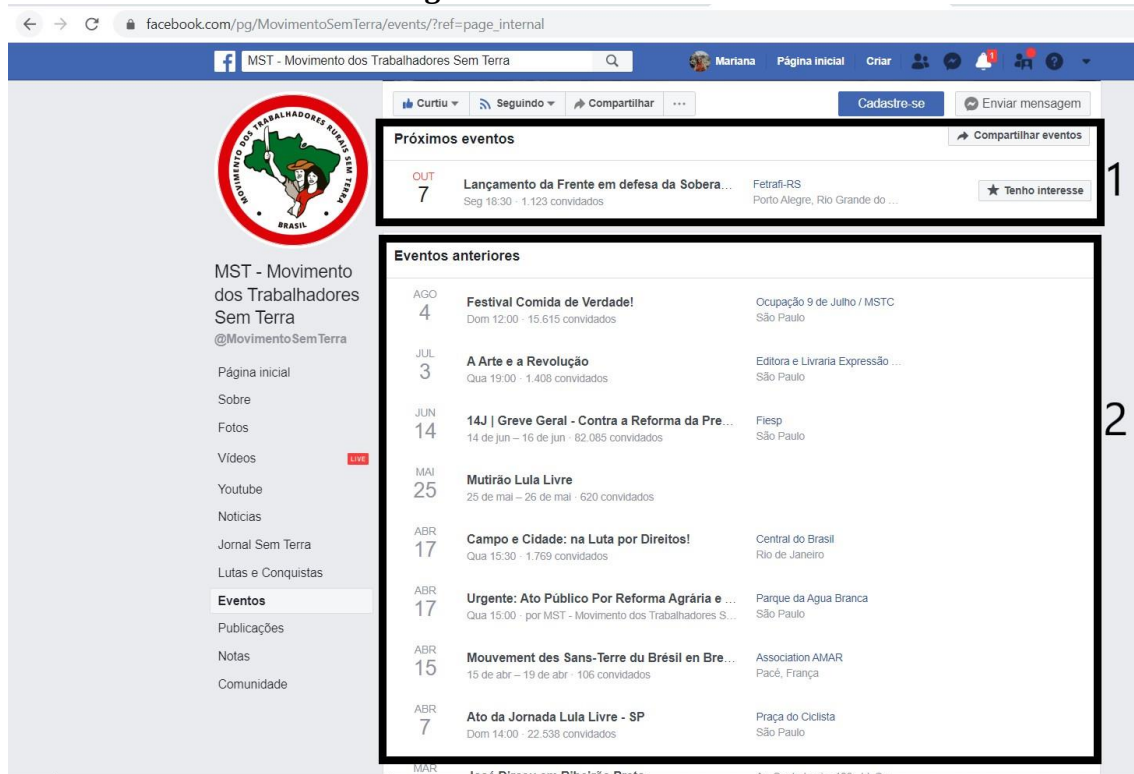


Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

4.4.9 Eventos

Esta aba permite que o movimento exponha os diversos eventos que ocorrerão, e os que já foram realizados. Esta ferramenta possibilita ao público visualizar de maneira didática o que tem o movimento tem feito e participado, há uma ampliação da possibilidade de demonstrar suas ações.

Figura 10 - aba “Eventos”



Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

- 1- Na parte superior, encontra-se, na parte superior central, os próximos eventos.
- 2 - Já na parte inferior, é possível encontrar quais eventos que já foram realizados.

Isso é importante para que o usuário possa visualizar e se programar para participar ativamente das ações propostas pelo movimento.

4.4.10 Publicações

Na aba “publicações”, o usuário pode ter acesso direto a elas, que estão organizadas de acordo com a ordem cronológica, da mais recente à mais antiga, o que facilita o acesso e a procura por algum assunto específico.

Figura 11 - aba “Publicações”

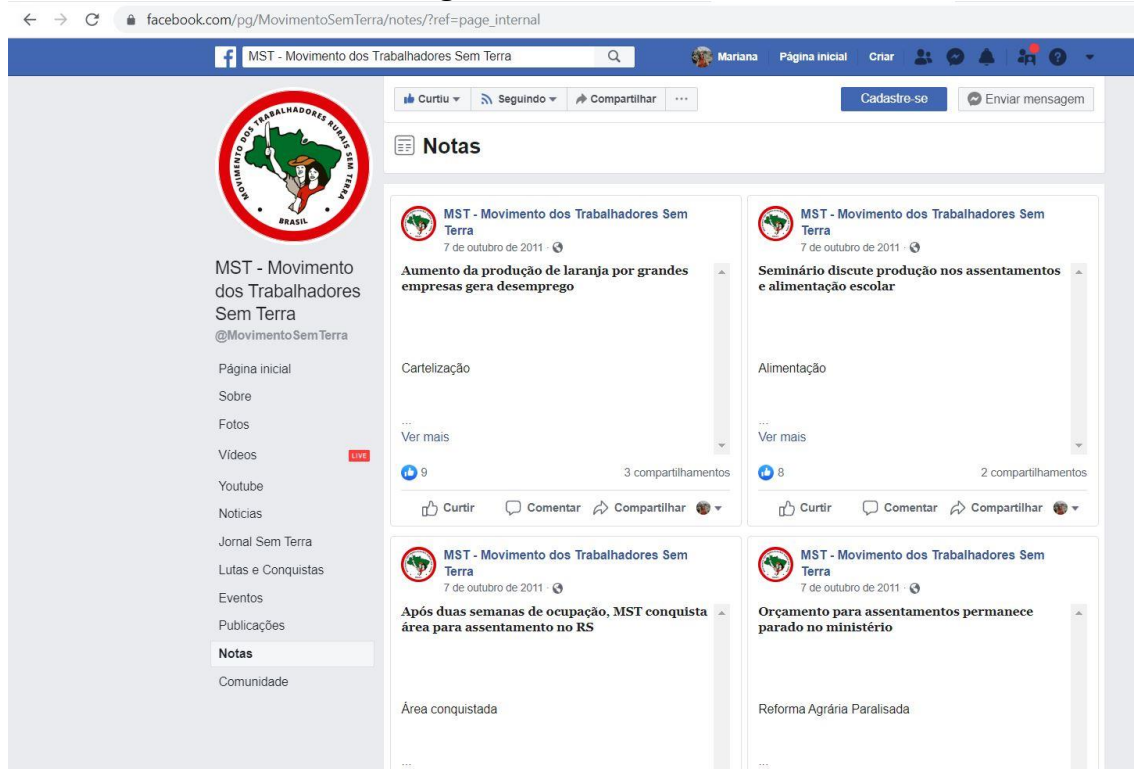


Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

4.4.11 Notas

Dentro da aba “Notas”, encontram-se declarações que são organizadas em blocos e divididos de acordo com um tema específico. Nota-se que esta aba está desatualizada, contudo, é de extrema importância que o usuário possa ter acesso à informações recentes, principalmente, no atual contexto, em que as informações são mais rápidas e se perdem com facilidade.

Figura 12 - aba “Notas”

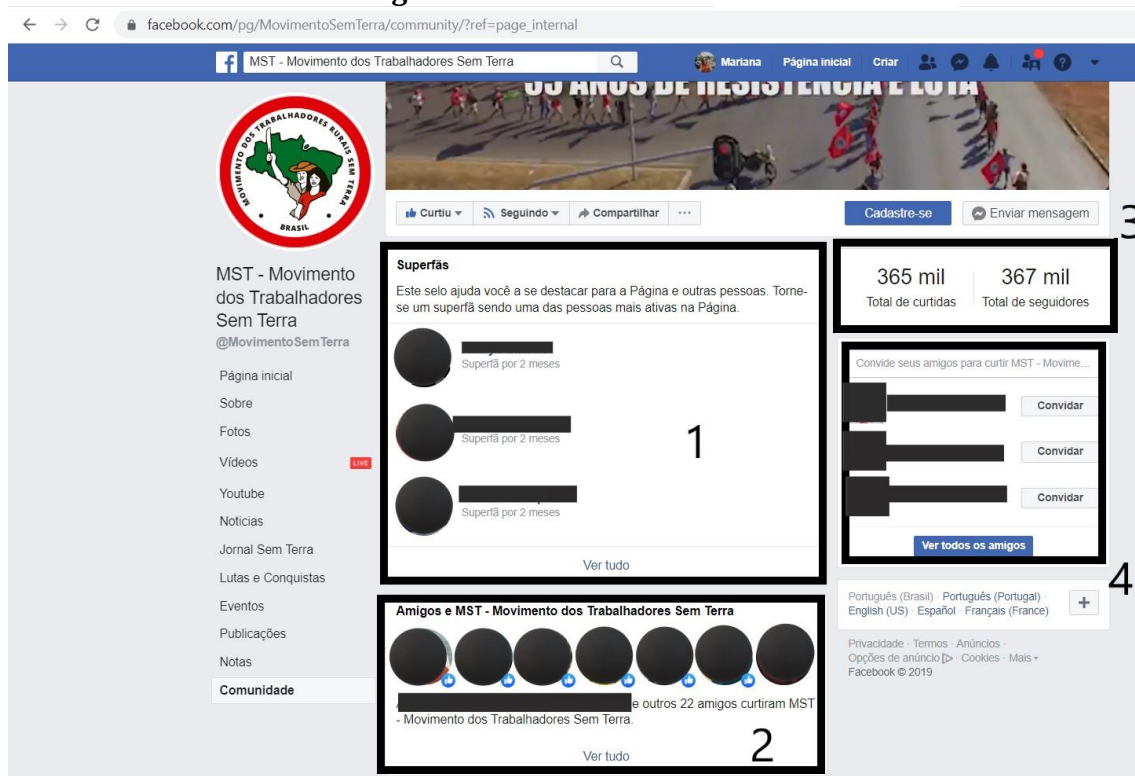


Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

4.4.12 Comunidade

Nesta aba é possível ter acesso às informações numéricas sobre o alcance da página, e demonstra quais amigos curtem e quais podem ser convidados para tal. Essa aba é importante porque possibilita ao usuário um papel mais ativo no processo de divulgação da página;

Figura 13 - aba “Comunidade”



Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

1- Na aba “comunidade”, a princípio, é possível verificar, na parte central da página, quais dos amigos também à curtem. O que ajuda o usuário a identificar quais amigos também possuem interesse no movimento.

2- Já na parte superior esquerda, visualiza-se os números alcançados pela página, números de curtidas e seguidores. O que revela a proporção do movimento e sua relevância (ajuda a criar a imagem).

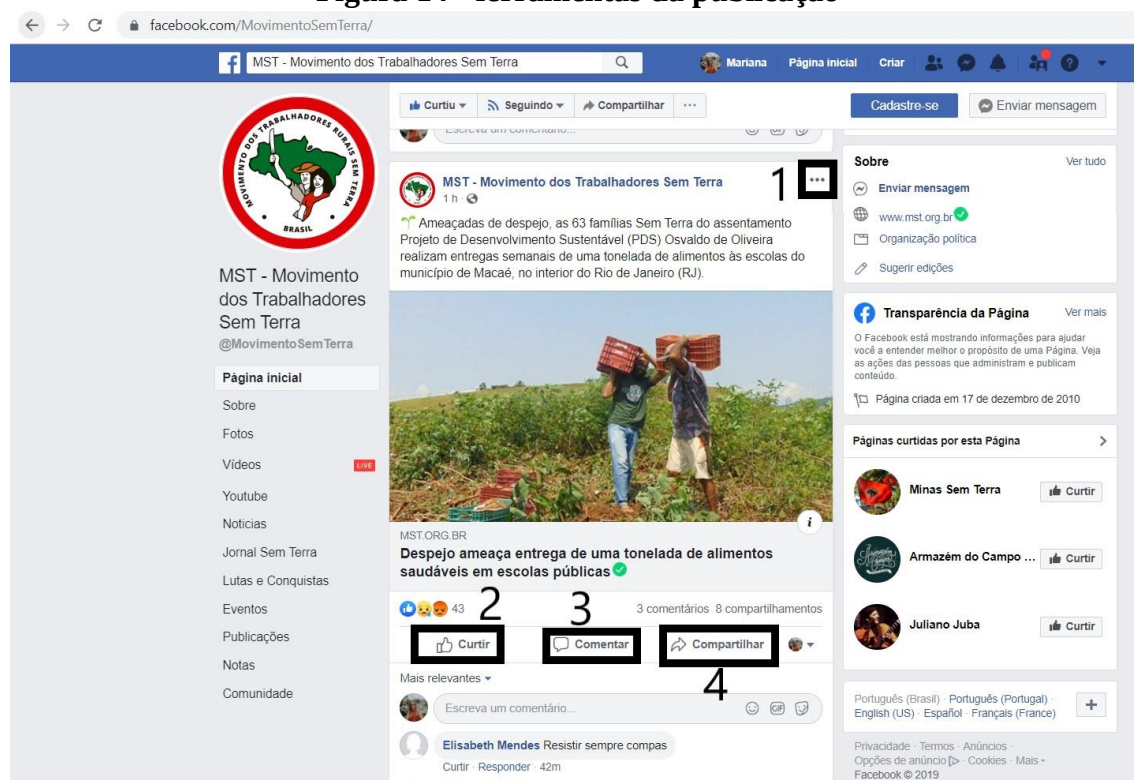
3- Além disso, esta aba proporciona ao usuário a possibilidade de convidar um amigo para curtir a página. Essa ferramenta possibilita que o próprio usuário compartilhe, e consequentemente, ajude a página a crescer.

4.5 Ferramentas das publicações no Facebook

Esta etapa do trabalho buscou apontar as ferramentas que o Facebook projeta para que o usuário possa interagir e integrar ao ambiente comunicacional. Além disso, é importante ressaltar o quanto as ferramentas auxiliam no processo de comunicação entre movimento e seu público, pois “os sites de rede social, assim, permitiriam aos atores

que maximizassem o capital social a que tem acesso na medida em que sustentam mais conexões do que seria possível obter no espaço off-line” (RECUERO, 2014, p.118)

Figura 14 - ferramentas da publicação



Fonte: <https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra/>. Acesso em: 06/11/2018.

1- Na parte superior direita de cada publicação, é possível encontrar o “...”, ao clicar neste botão o Facebook oferece opções como: Salvar publicação (para ser lida posteriormente); Incorporar (fornece um link para incorporar a publicação em outro site); Ativar notificações desta publicação (alertas referentes às ações que serão realizadas na publicação); e Dar feedback sobre essa publicação (fornece categorias específicas para enquadrar o conteúdo caso ele possua algum conteúdo mais agressivo). Ferramentas que possibilitam uma atuação ativa e integrada dos usuários com a página.

2- Na parte esquerda inferior de cada publicação há a ferramenta curtir, na qual é possível encontrar cinco possíveis reações dos usuários que estão relacionadas aos sentimentos sendo elas respectivamente: curtir, amei, haha, ual, triste e grr. Recuero (2014) aponta que este botão é visto como uma maneira mais simples de participar e que sinaliza que a mensagem foi recebida, e além disso, não exige tanto esforço como

se exige no processo de elaboração de uma resposta, uma vez que não obrigada o usuário a ler tudo o que foi apresentado.

3- Já na parte inferior central, encontra-se o botão de comentário, que possibilita ao usuário um espaço de fala que pode ser acrescentado um “emoji” ou uma “figurinha”. Para a visualização dos comentários, é possível selecionar com filtro é mais desejável, podendo ser subdivididos em mais relevantes, novos e todos os comentários. Além disso, cada comentário fornece a possibilidade de reação e de resposta de outros usuários e também da própria página.

Neste sentido, pode-se definir os comentários como

práticas mais evidentemente conversacionais. Trata-se de uma mensagem que é agregada através do botão da postagem original, é visível tanto para o autor da postagem quanto para os demais comentaristas, atores que “curtam” e compartilhem a mensagem e suas redes sociais. É uma ação que não apenas sinaliza a participação, mas traz uma efetiva contribuição para a conversação. O comentário compreenderia assim uma participação mais efetiva, demandando um maior esforço e acontecendo quando os usuários têm algo a dizer sobre o assunto (RECUERO, 2014, p.120)

4- Na parte inferior direita da publicação, encontra-se botão compartilhar que garante ao usuário transferir e compartilhar a publicação em sua rede. Este botão, segundo Recuero (2014) possuem funções e valores relacionados diferentes do “curtir” e “comentar”, te que em como função central, gerar ampliação do processo de conversação ou da própria mensagem.

Por fim, foi possível com este capítulo reunir e analisar como o MST organiza sua página do Facebook por meio das ferramentas oferecidas pela referida rede social. Além disso, realizei apontamentos sobre a relevância das categorias para o contexto da comunicação digital e possíveis melhorias para otimizar o conteúdo.

Desta forma, o próximo capítulo foi dedicado a realizar uma análise sobre as publicações e conteúdos propagados pela página durante um mês com o objetivo de identificar se o movimento tem produzido uma comunicação digital estratégica que fomenta os ideais do grupo.

5. Análise do conteúdo das publicações do MST

Esta etapa do estudo, foi elaborada para analisar as publicações do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra no Facebook, com o objetivo de identificar se o movimento consegue produzir uma comunicação estratégica.

Para isso, realizou-se uma análise quali e quantitativa, segundo a perspectiva de Bardin (1997) que aponta a quantitativa como um método estatístico, que se caracteriza por ser mais objetiva, direta e mais fiel. Já a qualitativa é apontada como um processo intuitivo, que se caracteriza por se adaptar melhor às questões que vão surgindo ao longo do estudo, e as não esperadas, como por exemplo, o conteúdo das publicações.

Desta maneira, após a coleta de dados realizada pelo plug-in existente no próprio Facebook, denominado Netvizz, foi possível reunir as 161 publicações realizadas no mês de julho de 2019. Para fins de análise, optou-se por selecionar apenas um mês, visto que se constitui como uma amostra representativa, numericamente falando, e que possibilita uma análise mais concentrada e com maior qualidade, em relação ao pouco tempo para a entrega dos resultados.

Para tanto, construiu-se, primeiramente, um quadro com o número total de publicações, que se organiza numa ordem decrescente fornecida pela ferramenta de coleta, já apresentada, portanto, a primeira do quadro corresponde à última publicação do mês de julho. Contém ainda número de comentários, compartilhamentos e a quantidade de cada reação, assim como os horários e dias da semana em que foram publicadas, com o objetivo de verificar, ao fim, se existe um padrão de publicações e preocupação com os horários de maior acesso (informação fornecida pelo próprio Facebook).

Quanto aos horários, cabe ressaltar que a ferramenta de coleta não conseguiu reunir esse tipo de informação das publicações mais antigas, contudo, a análise não foi comprometida visto que a maior parte apresenta horários.

Posteriormente, ainda no mesmo quadro, buscou-se identificar se existe uma linguagem compreensível e adequada ao ambiente digital. Para isso, primeiramente, as publicações passaram por uma categorização por temas que foram enquadradas em sete principais temáticas, sendo elas:

Quadro 1 – temática das publicações

TEMAS
chamada para ações
proposta ideológica
posicionamento sociopolítico
ações já realizadas
denúncias
Homenagem
saudações ao público

Fonte: elaborado pelas autoras

Além disso, cada uma delas foram sinalizadas como “linguagem compreensível” ou “linguagem confusa” ou “linguagem incompreensível”.

A primeira categoria apresentada agrega as publicações que se preocuparam em chamar os usuários da rede para compor as ações do movimento, como por exemplo, manifestações, eventos e programações online. A segunda reuniu as publicações que refletem como o movimento propõe debater e trazer à tona ideologias nas quais acredita e se fundamenta. A terceira abarcou quais se dedicaram a expor o posicionamento político, como apoios, críticas, postura organizacional e políticas e conquistas internas. Já a quarta reuniu as publicações que dizem a respeito do que foi feito pelo movimento, uma ação que já se encontra no passado, apresentada através de um relato. A quinta agregou publicações que propuseram denúncias dentro do próprio movimento e/ou do âmbito político. A sexta diz respeito às publicações que homenageiam pessoas que o movimento considera importantes, como militantes, escritores e figuras políticas. A última categoria, diz respeito a publicações que propuseram saudar seus públicos, como por exemplo, ao desejar “bom dia”.

Outro ponto analisado nas publicações, são os comentários mais relevantes (categoria automática do Facebook), se são respondidos e o que propõem. Além disso, foram divididos em teor e cor, portanto, em publicações com comentários positivos (apoio, incentivo e identificação) estabeleceu-se a cor verde, neutros (dúvidas, links e emojis poucos expressivos) a cor amarela, e negativos (agressividade, preconceito e falta de apoio) a cor vermelha. Essa classificação foi realizada por critérios de maioria, ou seja, se a publicação continha, em sua maioria, comentários negativos, foi classificada como tal. Em caso de 50% de cada categoria, foi estabelecido um critério de

média e que, por fim, foi caracterizado como neutro. Além disso, foi realizada uma sistematização, através de outro quadro, para compreender, proporcionalmente quais temáticas possuem mais engajamento positivo e quais possuem menos.

Posteriormente, foram respondidas as perguntas a seguir para identificar se a comunicação do MST pode ser denominada estratégica ou não, e o porquê.

1. O público compreendeu a mensagem?
2. Houve engajamento? Quais temas atraem mais os públicos?
3. A página procurou estabelecer uma comunicação de mão dupla?
4. O movimento conseguiu passar a imagem desejada?
5. Há preocupação com os horários e quantidade de publicações? Existe regularidade?
6. A página é uma ferramenta ativa ou passiva? Consegue atrair mais gente?

Quadro 2 - caracterização geral das publicações analisadas

Dia	Hora	Temática	Comentários	Teor do comentário	Compartilhamentos	Reações	Linguagem
31/ QUA	18:29	posicionamento sóciopolítico	0		2	18	compreensível
31/ QUA	18:04	Denúncia	14		165	286	compreensível
31/ QUA	17:00	ações já realizadas	0		4	45	compreensível
31/ QUA	16:30	ações já realizadas	6		19	62	compreensível
31/ QUA	15:48	posicionamento sóciopolítico	4		10	34	compreensível
31/ QUA	10:58	posicionamento sóciopolítico	5		14	68	compreensível
31/ QUA	09:38	posicionamento sóciopolítico	17		104	372	compreensível
31/ QUA	07:10	proposta ideológica	1		8	54	compreensível
30/ TER	19:30	chamada para ações	0		32	106	compreensível
30/ TER	19:00	ações já realizadas	9		78	309	compreensível
30/ TER	17:58	chamada para ações	1		61	142	compreensível
30/ TER	17:28	chamada para ações	1		9	25	compreensível
30/ TER	17:11	ações já realizadas	2		54	208	compreensível
30/ TER	15:29	proposta ideológica	20		287	585	compreensível
30/ TER	15:14	ações já realizadas	0		26	66	compreensível
30/ TER	13:45	Denúncia	3		13	27	compreensível
30/ TER	13:40	Denúncia	0		8	36	compreensível
30/ TER	13:18	Denúncia	2		5	32	compreensível
30/ TER	13:05	Denúncia	5		37	129	compreensível
30/ TER	07:38	posicionamento sóciopolítico	3		22	90	compreensível
29/ SEG	20:09	proposta ideológica	5		36	114	compreensível
29/ SEG	18:49	Homenagem	76		88	453	compreensível
29/ SEG	18:30	posicionamento sóciopolítico	32		116	291	compreensível
29/ SEG	17:03	posicionamento sóciopolítico	5		186	407	compreensível
28/ DOM	13:01	ações já realizadas	1		8	65	compreensível
27/ SAB	14:20	Homenagem	80		266	621	compreensível
27/ SAB	10:37	chamada para ações	0		2	21	compreensível

Dia	Hora	Temática	Comentários	Teor do comentário	Compartilhamentos	Reações	Linguagem
26/ SEX	19:00	posicionamento sóciopolítico	3		12	67	compreensível
26/ SEX	18:15	posicionamento sóciopolítico	2		27	104	compreensível
26/ SEX	17:23	ações já realizadas	0		11	110	compreensível
26/ SEX	17:10	chamada para ações	29		39	322	compreensível
26/ SEX	16:17	chamada para ações	0		2	38	compreensível
26/ SEX	15:33	ações já realizadas	6		56	149	compreensível
26/ SEX	14:07	proposta ideológica	13		115	346	compreensível
26/ SEX	12:33	proposta ideológica	35		135	460	compreensível
26/ SEX	11:32	proposta ideológica	1		18	35	compreensível
26/ SEX	07:00	saudações	23		47	383	compreensível
25/ QUI	18:30	posicionamento sóciopolítico	0		31	46	compreensível
25/ QUI	18:00	denúncia	0		10	42	compreensível
25/ QUI	17:30	posicionamento sóciopolítico	23		96	331	compreensível
25/ QUI	16:55	chamada para ações	0		0	25	compreensível
25/ QUI	16:12	denúncia	50		64	415	compreensível
25/ QUI	13:02	ações já realizadas	2		6	75	compreensível
25/ QUI	12:23	posicionamento sóciopolítico	3		157	307	compreensível
25/ QUI	10:45	posicionamento sóciopolítico	3		68	149	compreensível
25/ QUI	07:20	saudações	103		1985	2108	compreensível
24/ QUA	18:41	denúncia	3		27	50	compreensível
24/ QUA	18:14	posicionamento sóciopolítico	21		121	201	compreensível
24/ QUA	17:57	denúncia	3		38	155	compreensível
24/ QUA	12:19	chamada para ações	0		2	32	compreensível
24/ QUA	11:27	homenagem	4		65	257	compreensível
24/ QUA	09:59	posicionamento sóciopolítico	48		168	358	compreensível
24/ QUA	07:04	saudações	14		78	264	compreensível
23/ TER	20:04	posicionamento sóciopolítico	1		77	204	compreensível
23/ TER	19:20	posicionamento sóciopolítico	6		16	138	compreensível
23/ TER	19:04	chamada para ações	18		93	306	compreensível
23/ TER	18:40	chamada para ações	0		1	32	compreensível
23/ TER	18:20	posicionamento sóciopolítico	14		92	391	compreensível
23/ TER	18:10	homenagem	1		59	77	compreensível
23/ TER	17:40	chamada para ações	0		7	28	compreensível
23/ TER	17:04	posicionamento sóciopolítico	39		300	1021	compreensível
23/ TER	15:55	posicionamento sóciopolítico	15		97	188	compreensível
23/ TER	12:42	posicionamento sóciopolítico	2		20	81	compreensível
23/ TER	11:46	chamada para ações	0		6	23	compreensível
23/ TER	10:30	chamada para ações	2		10	73	compreensível
23/ TER	07:57	saudações	8		114	427	compreensível
22/ SEG	18:30	posicionamento sóciopolítico	0		90	145	compreensível
22/ SEG	17:45	ações já realizadas	1		27	99	compreensível
22/ SEG	17:30	posicionamento sóciopolítico	3		19	109	compreensível
22/ SEG	16:45	chamada para ações	3		7	59	compreensível
22/ SEG	15:51	homenagem	6		167	361	compreensível
22/ SEG	12:44	posicionamento sóciopolítico	17		324	805	compreensível
21/ DOM	18:04	denúncia	134		1370	1293	compreensível

Dia	Hora	Temática	Comentários	Teor do comentário	Compartilhamentos	Reações	Linguagem
21/ DOM	17:54	posicionamento sóciopolítico	29		140	396	compreensível
21/ DOM	16:56	ações já realizadas	8		72	148	compreensível
21/ DOM	13:25	chamada para ações	0		16	101	compreensível
21/ DOM	09:54	ações já realizadas	0		8	65	compreensível
21/ DOM	09:24	chamada para ações	0		97	200	compreensível
20/ SAB	18:05	ações já realizadas	3		29	110	compreensível
20/ SAB	15:31	ações já realizadas	6		54	108	compreensível
20/ SAB	12:11	ações já realizadas	4		20	92	compreensível
20/ SAB	10:39	ações já realizadas	20		32	163	compreensível
20/ SAB	10:05	posicionamento sóciopolítico	2		17	112	compreensível
20/ SAB	07:02	chamada para ações	1		4	45	compreensível
19/ SEX	19:05	posicionamento sóciopolítico	35		290	349	compreensível
19/ SEX	18:16	chamada para ações	1		2	35	compreensível
19/ SEX	17:48	denúncia	10		146	296	compreensível
19/ SEX	17:35	posicionamento sóciopolítico	2		7	61	compreensível
19/ SEX	16:57	denúncia	21		177	445	compreensível
19/ SEX	14:33	chamada para ações	1		27	46	compreensível
19/ SEX	14:03	proposta ideológica	0		0	19	compreensível
19/ SEX	13:30	posicionamento sóciopolítico	4		36	150	compreensível
19/ SEX	13:00	proposta ideológica	0		25	53	compreensível
19/ SEX	12:25	ações já realizadas	5		147	284	compreensível
19/ SEX	11:31	denúncia	57		83	216	compreensível
19/ SEX	11:05	proposta ideológica	0		9	36	compreensível
19/ SEX	10:31	chamada para ações	4		17	66	compreensível
19/ SEX	09:59	proposta ideológica	13		51	129	compreensível
19/ SEX	00:02	proposta ideológica	7		50	126	compreensível
18/ QUI	20:19	homenagem	20		671	503	compreensível
18/ QUI	17:58	posicionamento sóciopolítico	0		14	70	compreensível
18/ QUI	16:30	posicionamento sóciopolítico	47		43	151	compreensível
18/ QUI	14:00	denúncia	67		421	606	compreensível
18/ QUI	11:51	chamada para ações	22		121	246	compreensível
18/ QUI	10:47	denúncia	19		157	195	compreensível
18/ QUI	09:46	denúncia	164		1101	1117	compreensível
17/ QUA	19:51	posicionamento sóciopolítico	0		7	97	compreensível
17/ QUA	19:20	posicionamento sóciopolítico	1		9	67	compreensível
17/ QUA	18:50	ações já realizadas	0		12	55	compreensível
17/ QUA	18:20	posicionamento sóciopolítico	0		4	12	compreensível
17/ QUA	10:48	posicionamento sóciopolítico	3		60	99	compreensível
17/ QUA	10:21	posicionamento sóciopolítico	30		306	977	compreensível
17/ QUA	07:53	posicionamento sóciopolítico	19		108	299	compreensível
16/ TER	20:30	posicionamento sóciopolítico	2		9	42	compreensível
16/ TER	19:05	denúncia	2		23	51	compreensível
16/ TER	18:26	chamada para ações	1		3	28	compreensível
16/ TER	18:11	posicionamento sóciopolítico	3		53	218	compreensível
16/ TER	16:30	chamada para ações	0		14	89	compreensível
16/ TER	15:48	ações já realizadas	0		9	40	compreensível

Dia	Hora	Temática	Comentários	Teor do comentário	Compartilhamentos	Reações	Linguagem
16/ TER	07:03	posicionamento sóciopolítico	2		67	172	compreensível
16/ TER	03:20:00	posicionamento sóciopolítico	2		82	375	compreensível
15/ SEG	19:35	posicionamento sóciopolítico	1		7	39	compreensível
15/ SEG	18:10	posicionamento sóciopolítico	35		193	1177	compreensível
15/ SEG	17:12	posicionamento sóciopolítico	0		117	304	compreensível
15/ SEG	16:55	ações já realizadas	7		132	283	compreensível
14/ DOM	—	ações já realizadas	4		54	270	compreensível
14/ DOM	—	ações já realizadas	2		9	98	compreensível
14/ DOM	—	denúncia	25		49	204	compreensível
13/ SÁB	—	ações já realizadas	10		27	151	compreensível
13/ SÁB	—	posicionamento sóciopolítico	6		18	71	compreensível
13/ SÁB	—	posicionamento sóciopolítico	0		5	57	compreensível
12/ SEX	—	ações já realizadas	1		89	243	compreensível
12/ SEX	—	ações já realizadas	17		38	191	compreensível
12/ SEX	—	posicionamento sóciopolítico	2		32	77	compreensível
12/ SEX	—	posicionamento sóciopolítico	23		172	412	compreensível
12/ SEX	—	ações já realizadas	3		28	167	compreensível
11/ QUI	—	ações já realizadas	8		70	232	compreensível
11/ QUI	—	posicionamento sóciopolítico	6		51	170	compreensível
11/ QUI	—	posicionamento sóciopolítico	0		14	42	compreensível
11/ QUI	—	ações já realizadas	1		7	35	compreensível
11/ QUI	—	ações já realizadas	1		8	79	compreensível
11/ QUI	—	ações já realizadas	0		5	33	compreensível
11/ QUI	—	ações já realizadas	5		16	104	compreensível
11/ QUI	—	posicionamento sóciopolítico	4		16	67	compreensível
11/ QUI	—	posicionamento sóciopolítico	3		4	59	compreensível
11/ QUI	—	posicionamento sóciopolítico	1		24	68	compreensível
10/ QUA	—	denúncia	5		75	154	compreensível
10/ QUA	—	ações já realizadas	1		11	56	compreensível
9/ TER	—	posicionamento sóciopolítico	36		377	507	compreensível
7/ DOM	—	ações já realizadas	2		18	112	compreensível
5/ SEX	—	posicionamento sóciopolítico	0		9	23	compreensível
5/ SEX	—	posicionamento sóciopolítico	2		34	101	compreensível
4/ QUI	—	posicionamento sóciopolítico	19		212	387	compreensível
4/ QUI	—	denúncia	1		25	67	compreensível
4/ QUI	—	denúncia	6		65	125	compreensível
4/ QUI	—	chamada para ações	2		15	67	compreensível
3/ QUA	—	ações já realizadas	0		27	103	compreensível
2/ TER	—	ações já realizadas	1		2	27	compreensível
2/ TER	—	ações já realizadas	0		4	44	compreensível
2/ TER	—	ações já realizadas	7		11	124	compreensível
1/ SEG	—	chamada para ações	7		39	151	compreensível

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nas informações do Facebook.

5.1 Análise das publicações

Esta pesquisa se dedicou a analisar 161 publicações, excluindo conteúdo de vídeo (tanto editado quanto ao vivo) visto que é um conteúdo mais espontâneo que não exige programação ou padronização, no caso do ao vivo, e, no caso dos editados, não apresentam aspectos de análise proposta por essa pesquisa. Embora o foco do estudo não seja esse, reforçar-se que a relevância da utilização de vídeos no ambiente digital.

Nesta etapa do trabalho, foi possível responder às perguntas já expostas anteriormente. Para isso, o Quadro 1 foi utilizado como base, e que reúne diversos aspectos importantes para constituir um processo comunicativo estratégico, como número de comentários, reações e compartilhamentos, assim como os horários de publicação, os temas e o teor dos comentários em relação às temáticas propostas.

A princípio, é relevante pontuar perspectivas importantes para a compreensão e apreensão do ambiente digital como espaço democrático dos movimentos sociais. Desta forma, é necessário que se saiba que a internet enquadra

os requisitos básicos da teoria normativa de Habermas sobre a esfera pública democrática: é um modo universal, anti-hierárquico, complexo e exigente. Porque oferece acesso universal, comunicação não-coercitiva, liberdade de expressão, agenda irrestrita, participação fora das tradicionais instituições políticas e porque gera opinião pública mediante processos de discussão, a internet parece a mais ideal situação de comunicação (Buchstein, 1997, p. 251 apud GOMES, 2005, p.64).

Desta forma, iniciou-se a análise sobre o primeiro ponto proposto, que está relacionado ao processo de compreensão dos públicos. Neste caso, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra propõe em todas as suas publicações conteúdos curtos e fotos de boa qualidade, assim como vídeos, além de uma linguagem acessível que permite a compreensão dos públicos, neste ponto faz-se necessário pontuar que foi tomado como “acessível” informações objetivas e com palavras de uso cotidiano, e não pende para o coloquialismo, embora se reconheça que esse seja um elemento com alta subjetividade.

Logo, as colocações apresentadas, revelam que há uma produção de conteúdo coerente ao ambiente digital, uma vez que segundo, Paulino (2013), a leitura no meio digital é caracterizada por uma narrativa que articula elementos estáticos e também dinâmicos, como gráficos e textos com áudios, vídeos e entre outros.

Contudo, é importante ressaltar que em algumas dessas publicações apresentam um link para o site, que apresenta uma explanação do conteúdo (maior riqueza em detalhes) levantado no Facebook, e neste ambiente a linguagem se torna, sim, um pouco mais aprofundada e menos cotidiana.

Já para identificar se houve ou não compreensão do conteúdo produzido, foi possível através da leitura dos comentários. A princípio, a questão mais problemática está relacionada ao discurso de ódio propagado, uma vez que foi possível encontrar diversos comentários desconexos ao contexto apresentado na publicação, que buscava apenas incitar a raiva e propagar preconceitos.

Ou seja, aqueles que não estão de acordo com o grupo parecem não compreender a mensagem que é aplicada, ou ainda, não se interessam por ela e nem realizam leituras. Portanto, a questão não está relacionada ao emissor, mas sim ao processo de recepção deste público que, de alguma forma, não parece estar pronto para ler e digerir a mensagem como foi proposta pelo movimento.

Por outro lado, os apoiadores aparentam compreender bem a mensagem, o que comprova a utilização de linguagem acessível, e buscam acrescentar informações, dialogar, além de exporem alguns argumentos técnicos e de vivência particulares a fim de contrapor os discursos desconexos e de ódio.

Outro âmbito importante para compreender o processo comunicacional, é o quanto os conteúdos repercutem de maneira positiva ou negativa. Como citado anteriormente, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, são bombardeados diariamente por conteúdos agressivos e isso se repete em um grande número de publicações. Como pode ser observado no quadro, as cores em verde representam a maioria dos comentários positivos, vermelhos negativos e amarelos os neutros.

Desta forma foi possível verificar que 27 das 127 publicações, (lembrando que o total é 161, contudo algumas publicações não receberam comentários) tiveram comentários negativos, portanto, se constitui aproximadamente 21% (na maioria das vezes, desconexos). Os comentários eram compostos por narrativas com frases de “vão trabalhar”, “você só sabem roubar terras”, “vai acabar a mamata de vocês com o novo governo”, “acho bom vocês tomarem cuidado”, “bando de vagabundo”, “vai invadir a fazenda do Lula”, “se jogar uma carteira de trabalho aí saí todo mundo correndo”. Exemplo:

Figura 15 – comentário negativo



Fonte: Fanpage do MST

Já os comentários neutros se constituíram em 26 publicações (aproximadamente 20%). Nesta categoria se encontra um grande problema, uma vez que a maioria dos comentários neutros foram dúvidas não respondidas pela página, o que fragmenta fortemente o processo dialógico proposto pelas redes sociais. Comentários como “com quem eu falo caso tenha interesse em ingressar no movimento?”, “já sabe o que aconteceu depois?” (referente à denúncia). Nesta categoria, encontra-se também comentários de marcação de amigos, e links sobre os conteúdos ou páginas que agreguem ao que foi exposto. Exemplo:

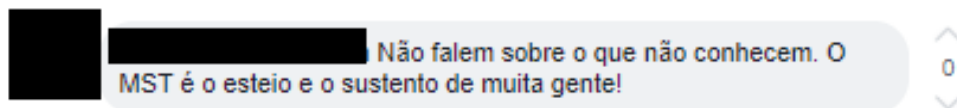
Figura 16– comentário neutro



Fonte: Fanpage do MST

Por fim, os positivos compreenderam 74 das publicações (aproximadamente 43%). Os comentários positivos se caracterizaram em sua maioria através da “#AVANTEMST”, utilizada por muitos apoiadores que busca refletir e incentivar a luta diária pelos ideais propostos.

Figura 17 – comentário positivo



Fonte: Fanpage do MST

Além disso, havia comentários com relatos pessoais de gratidão ao movimento, e que também tinham o intuito de conter a visão negativa proposta por outros comentários já citados acima, assim como alguns comentários com uma reflexão positiva sobre o movimento (desmistificando algumas perspectivas) e elogios diretos a alguns projetos e ações específicas, como por exemplo, a feira promovida pelo MST. Nesse ponto, é possível verificar a força dos apoiadores, e o quanto eles surgem no Facebook para promover os processos educativos a respeito do movimento.

E em 34 de 161 publicações não continham nenhum comentário, ou nenhum comentário, portanto podemos afirmar que taxa de engajamento é alta visto que apenas 20% das publicações, não tiveram nenhum tipo de interação direta.

Por fim da análise desses comentários foi possível perceber, como já dito brevemente, há uma falha no processo de uma comunicação de mão dupla. Uma vez que, independente do teor do comentário, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra não possui o cuidado de responder às questões levantadas. É importante apontar que nenhum comentário das 127 publicações com comentários analisadas, foi respondido, independentemente do seu teor.

Portanto, ao tomar esse tipo de atitude, abre margem para a promoção de perspectivas negativas dos não apoiadores, ou seja, ao invés de responder e promover informações que contemplam o movimento, objetivamente, propaga-se o ódio e mentiras. Contudo, como já dito anteriormente, existe o processo inverso; no qual, os apoiadores acabam realizando o papel dialógico do movimento, o que a princípio supre a necessidade de responder, mas que não necessariamente está alinhada ao escopo do movimento e que também pode gerar conflito de identidade e imagem.

Atualmente, é possível verificar que inúmeras organizações se preocupam em promover o diálogo, justamente, por identificarem essa necessidade promovida pelas próprias características do ciberespaço. E este cenário, promove sempre uma perspectiva de comparação e questionamento do público, ou seja, a não resposta pode ser tornar um problema. Uma vez que

A noção de interatividade política ancorada na internet se refere a uma comunicação contínua e de iniciativa recíproca entre esfera civil e agentes políticos, uma comunicação que deve servir para um recíproco feedback entre cidadania e sociedade política (HACKER, 1996 apud GOMES, 2005, p.68).

Logo, essa ausência de diálogo pode se desenvolver em uma criação de uma imagem negativa, promovida não somente pelos não apoiadores, mas também pela própria atitude de não se propor a tornar o espaço do Facebook um meio de informação direta, e de aproximação e diálogo entre movimento e sociedade.

Quanto à imagem desejada, é interessante notar que existem dois extremos da imagem. Uma extremamente positiva, que reconhece as propostas, valores e procedimentos do movimento. E outra extremamente negativa, que se alimenta de

preconceitos, de falta de informação, paradigmas negativos promovidos pelo posicionamento ideológico (direita e esquerda) e questões estruturais.

Desta forma, sugere-se uma mudança de postura, pois é extremamente importante que o movimento se dedique e determine uma pessoa específica do movimento, integrante do movimento nacional, para responder os comentários através de uma unidade organizacional.

É importante também ressaltar que o MST disponibiliza inúmeras informações educativas que possuem o poder de promover uma imagem positiva, mas que, ao fim, atingem somente seus apoiadores. Portanto, também seria necessário pensar em estratégias para promover informações para os não apoiadores, ou seja, a intenção da comunicação, neste caso, não seria inverter o posicionamento ideológico desse público, mas sim promover, minimamente, uma imagem alinhada à realidade vivida pelo movimento.

Quanto à frequência das publicações, foi possível notar que não há uma preocupação em publicar em horários de maior engajamento do Facebook, uma vez que as publicações analisadas são, aparentemente, publicadas em horários aleatórios e quebrados como “09:24”. Embora se reconheça, por exemplo, que as publicações de saudação, todas elas relacionadas a “bom dia”, estiveram extremamente adequadas aos horários (logo cedo).

Para melhoria deste ponto, o Facebook oferece uma ferramenta que permite à página ter o acesso aos horários exatos em que suas publicações conseguem atingir um maior alcance. Ou seja, o movimento poderia publicar seus conteúdos nestes horários, para que assim um maior número de pessoas pudesse ter acesso a esse conteúdo de forma orgânica (sem que o movimento precise pagar para que sua publicação apareça mais vezes na linha do tempo).

Além disso, foi possível observar que não existe um número específico de publicações em um dia. Em apenas dois dias no começo do mês (6 e 8), não houve nenhuma publicação, num sábado e numa segunda, em contrapartida, em outros finais de semana houve diversas publicações. Quanto aos outros dias da semana, o movimento aparenta compartilhar bastante conteúdo, e chegou a produzir até 15 publicações num dia do mês de julho.

Logo, é possível sugerir que o movimento se preocupe em planejar suas postagens semanalmente. Uma vez que é de extrema importância que os conteúdos se diversifiquem para atrair mais público, e que movimento se faça presente diariamente,

pois o conteúdo digital, como já mencionado, se caracteriza por sua alta velocidade e por se tornar ultrapassado rapidamente, assim como o pecar pelo excesso diário pode levar ao bloqueio do usuário.

Quanto ao número de publicações por tema foi possível chegar aos seguintes números:

Chamada para ações: 25 publicações. Exemplo:

Figura 18 – publicação da categoria chamada para ações



Fonte: Fanpage do MST

Proposta ideológica: 11 publicações. Exemplo:

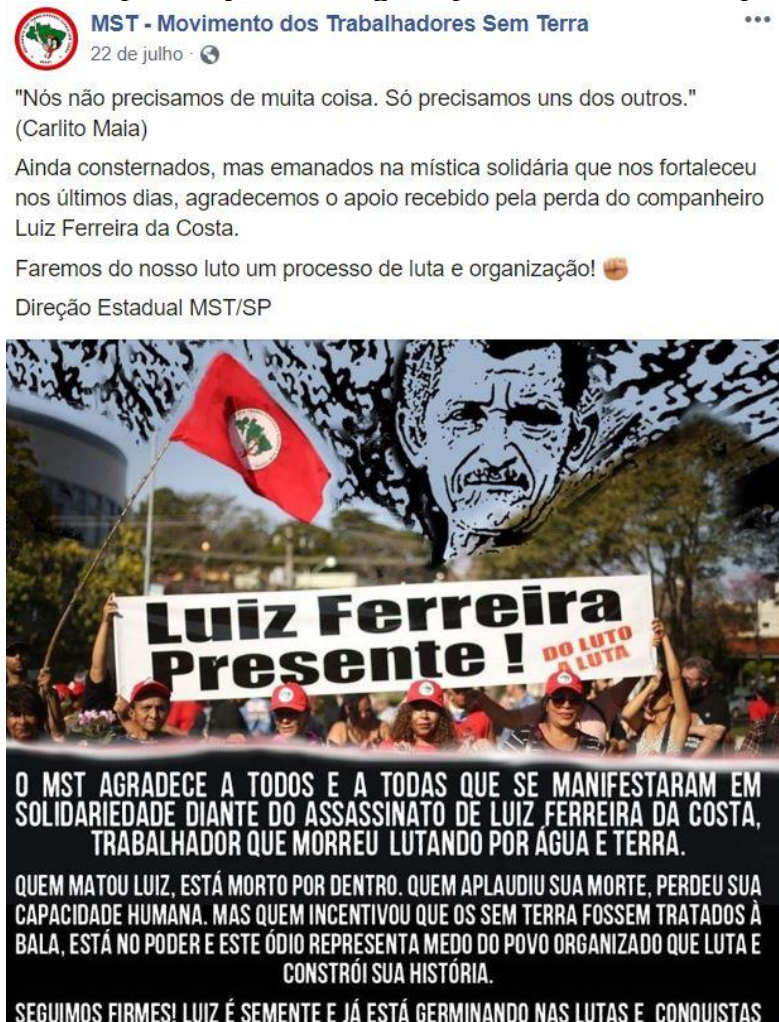
Figura 19 – publicação da categoria proposta ideológica



Fonte: Fanpage do MST

Posicionamento sociopolítico: 57 publicações. Exemplo:

Figura 20 – publicação da categoria posicionamento sociopolítico



Fonte: Fanpage do MST

Ações já realizadas: 37 publicações. Exemplo:

Figura 21 - publicação da categoria ações já realizadas



Fonte: Fanpage do MST

Denúncias: 21 publicações. Exemplo:

Figura 22 - Publicação da categoria denúncias



Fonte: Fanpage do MST

Homenagem: 6 publicações. Exemplo:

Figura 23 – publicação da categoria homenagem

 **MST - Movimento dos Trabalhadores Sem Terra** ...
22 de julho · 🌐

👤 99 ANOS DE FLORESTAN FERNANDES

📖 Florestan Fernandes, um dos maiores intelectuais do Brasil, é considerado o fundador da sociologia crítica no país. Ele realizou uma rica produção, que não ficou confinada ao ambiente acadêmico. ▶ Ele sempre esteve ligado aos movimentos populares e às organizações políticas de esquerda, reafirmando sua posição de revolucionário socialista.

📄 CONFIRA O DOCUMENTÁRIO:
PENSANDO COM FLORESTAN FERNANDES
<https://youtu.be/YmInJnZVRaY> ✓

📖 CONHEÇA 5 GRANDES OBRAS DE FLORESTAN FERNANDES
<http://bit.ly/32NuATl> ✓



Fonte: Fanpage do MST

Saudações ao público: 4 publicações. Exemplo:

Figura 24 – publicação da categoria saudações ao público



Fonte: Fanpage do MST

Quadro 3 - Relação comentário por tema proporcionalmente

TEMA	Nº positivos/ %	Nº negativos/ %	Nº neutros/ %	Nº sem comentário
Chamada para ações	8 – 32%	3 – 12%	3 – 12%	11 – 44%
Proposta ideológica	3 – 27%	2 – 19%	3 27%	3 – 27%
Posicionamento sóciopolítico	29 – 51%	9 – 16%	9 – 16%	10 – 17%
Ações já realizadas	13 – 35%	8 – 22%	7 – 19%	9 – 24%
Denúncias	13 – 62%	3 – 14%	2 – 10%	3 -14%
Homenagem	4 – 66%	1 -17%	1 –17%	0
Saudações	4 – 100%			

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nas informações do Facebook.

Após sistematizar e visualizar estes números é possível constatar que a maior parte das publicações, do mês de julho, se dedicaram a relatar posicionamentos institucionais do movimento. Logo, podemos afirmar que embora a página publique mais sobre “ações já realizadas” do que “chamada para ações” configure uma postura mais passiva no ambiente digital, o movimento se comporta de maneira extremamente ativa no que diz respeito a seu posicionamento e por consequência, no fortalecimento de sua identidade organizacional.

Portanto, alinhar essa identidade à chamada para ações, seria fundamental para expansão do movimento, logo, sugere-se ao movimento que se dediquem mais às publicações para chamadas, para que de fato o Facebook possa se tornar uma ferramenta para gerar mobilização e não apenas um lugar que retém informações sobre algo que aconteceu no passado. Ou seja, o Facebook do movimento possui potencialidade para se fortalecer como uma ferramenta ativa, capaz de impulsionar, agregar membros e propagar a essência do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, como vimos anteriormente no referencial teórico.

Além disso, chama-se atenção para o fato de que o tema que teve maior número de comentários negativos, proporcionalmente, está nas “ações já realizadas”. Os não apoiadores se dedicam a propagar seu ódio nessas publicações, o que se tornar um pouco contraditório, uma vez que em uma publicação na qual o movimento relata algo que realizou e promoveu, existem comentários como “vão fazer algo da vida”, “você não têm o que fazer?”, “vão trabalhar”.

Logo, isso demonstra que as pessoas não sabem da relevância da mobilização, o que ela significa e porque ela é importante não só para o movimento, mas também para toda a sociedade brasileira em seus diferentes âmbitos.

Ou seja, seria interessante promover conteúdos educativos na página sobre a mobilização, assim como exemplos de mobilização que conquistaram direitos e geraram mudanças importantes para o desenvolvimento da sociedade atual, assim como conscientização sobre a importância da tomada de consciência do poder de reivindicação e da cidadania.

Chamo atenção ainda para o fato de que a temática com maior engajamento positivo é “saudação”, isso acontece porque promove uma aproximação entre organização e públicos, pois deixa espaço para a reciprocidade, que como vimos na primeira etapa deste trabalho, é um elemento que caracteriza, muito bem, as mídias digitais.

5.2 Proposta de comunicação digital

Esta etapa do trabalho foi dedicada à sistematização das possíveis mudanças apontadas anteriormente, na análise, através de um checklist que pode ajudar o público interno, de forma simplificada, a se organizar na hora de produzir o seu planejamento de comunicação digital. Reforço novamente que esse material não tem caráter impositivo, mas que pretende auxiliar não somente o MST, mas também outros movimentos a produzirem uma comunicação digital mais expansiva.

O checklist por sua vez teria como objetivo reunir diversas condutas com a finalidade de criar regularidade e padronizar a comunicação do movimento digital, e por consequência, fomentar sua presença nas mídias digitais. Desta forma, o checklist se constitui da seguinte forma:

Figura 25 – Checklist para comunicação digital em movimentos sociais



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nas informações coletas na análise.

Os aspectos apontados acima não possuem uma ordem específica e são independentes entre si, contudo, o conjunto dessas ações colabora para uma ação integrada e mais assertiva de comunicação digital.

O primeiro ponto abordado no checklist, “Realizar planejamento semanal”, visa equilibrar o fluxo de informações da página, ou seja, proporciona ao movimento a visualização de como será sua comunicação digital naquela semana, e assim, reúne fundamentos para “Dividir conteúdos por dia” e “Dividir funções entre colaboradores” e assim evitar sobrecarga e repetição de assuntos, e também o excesso de publicações em um dia e escassez em outro, como pontuado na análise.

“Realizar estudos sobre horários” permite ao movimento verificar os melhores horários de publicação, e por consequência, amplia o alcance e engajamento das publicações. E a partir disso, podem “programar as publicações” nos exatos horários fornecidos pela plataforma, o que facilitaria o trabalho dos responsáveis e garantiria exatidão do horário independente de qualquer situação.

“Falar sobre mobilização e cidadania” está relacionada à tentativa de moldar a opinião pública por meio de processos educativos, que leva tempo e exige integração e diálogos com diversos públicos, assim como de melhorar a imagem do movimento perante a sociedade.

Outro ponto importante é “Responder diariamente as dúvidas na página”, esse elemento reforça a ideia da internet como um espaço que permite a troca e a superação do espaço físico e além disso, é uma forma de potencializar as ações do movimento, assim como evita distorções sobre sua identidade.

“Fazer publicações de saudações regulares” visa estreitar o relacionamento com seus públicos de forma regular, visto que é uma abordagem mais intimista e que ainda tem um grande engajamento e alcance que pode ajudar a promover a referida página.

“Utilizar linguagem simples e objetiva com imagens de qualidade” é um elemento central quando se trata do ambiente digital, visto sua alta fluidez informacional. No caso do MST, isso é muito bem trabalhado e proporciona bons resultados, e que pode inspirar outros movimentos.

Considerações Finais

Após realizar o aprofundamento das perspectivas teóricas a respeito dos movimentos sociais e seus desenvolvimentos, da comunicação e sua construção a partir de uma perspectiva estratégica, do ciberespaço como ambiente de potencial para desenvolvimento de movimentos sociais e sua comunicação, e da análise realizada do Facebook e dos conteúdos publicados pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, foi possível a criação de uma visão sistêmica sobre o assunto e seus desdobramentos advindos da pesquisa.

Por isso, é possível pontuar que as redes sociais, e especificamente o Facebook, fornecem um espaço comunicacional e se constituem de ferramentas que possibilitam o desenvolvimento de uma comunicação estratégica dos movimentos sociais, tendo a possibilidade também de fomentar perspectivas cidadãs de participação e mobilização, contudo, é relevante pontuar que esta possibilidade é permeada por diversos fatores que a torna multifacetada e complexa.

Assim, a comunicação nas redes sociais para se tornar efetiva, no âmbito dos movimentos sociais, envolve a frequência de postagens, a essência e estética dos conteúdos, definição de horários e planejamento de publicações, atenção aos comentários e estabelecimento de diálogo com seus públicos, mas também se faz importante, a verificação de outros fatores externos, mediante à uma análise de cenário minuciosa, que pode revelar fatores que comprometam os objetivos comunicacionais, ainda que os pontos citados anteriormente sejam atendidos plenamente.

Desta forma, na pesquisa realizada, foi possível identificar que o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra embora possua uma grande preocupação com a linguagem utilizada (acessível e objetiva) e com a estética e conteúdo das publicações (que atendem aos espectros do movimento), deixam a desejar quanto ao planejamento das publicações e otimização do conteúdo através das próprias ferramentas fornecidas pela plataforma. Para estes aspectos, foram apontadas possíveis melhorias que poderiam contribuir para harmonização e potencialização deste processo comunicacional.

Neste ponto, se apresentou uma preocupação em tornar o conhecimento científico reunido neste trabalho acessível, com a finalidade de reduzir as distâncias entre academia e sociedade. Para tanto, criou-se um checklist, que se caracteriza por informações sintéticas, visuais e objetivas, fáceis de verificar no dia a dia dos

movimentos sociais, podendo ser útil principalmente para os movimentos mais recentes e pouco estruturados.

Outro ponto identificado ao longo do estudo, é que o Facebook do MST é caracterizado por sua postura passiva, que utiliza a referida rede social como uma espécie de plataforma para a criação de “memória organizacional” (de caráter transitório), onde se reúne às ações e mobilizações realizadas pelo movimento ao longo do tempo, e neste sentido, o movimento perde um pouco da potencialidade, proporcionada pelo ciberespaço, de atingir novos públicos, mobilizar e promover perspectivas de mudança e postura cidadã.

Contudo, se faz necessário abordar a possibilidade de que o número baixo de chamadas para ações pode ser uma estratégia de invisibilidade do movimento, visto que isso preserva, de alguma forma, a integridade da ação e da própria organização. Logo,

Quando falamos em invisibilidade e/ou restrição/direcionamento da visibilidade, estamos nos referindo a possíveis estratégias organizacionais acionadas quando da identificação de riscos ou da emergência de pautas (na sociedade e/ou nas mídias) que possam ir de encontro ao modo como as organizações desejam ser percebidas (SILVA, 2018, p.19)

Portanto, é relevante e cauteloso salientar que as sugestões e apontamentos realizados na pesquisa não visam impor uma perspectiva correta, única e inflexível de produção e organização de conteúdo, e sim, uma possibilidade de reformulação, baseada na reunião de perspectivas teóricas da área da comunicação e da sociologia, que precisa ser assimilada pelo MST de forma crítica e alinhada às suas perspectivas e objetivos internos.

O principal ponto encontrado ao final da pesquisa está relacionado aos discursos de ódios propagados na página por meio dos comentários que estão associados às narrativas externas já enraizadas sobre movimentos sociais no geral. Ou seja, a linguagem ofensiva e desconexa cultivada e espalhada por não apoiadores nas publicações sobre as ações realizadas (as com maiores números de comentários negativos), reflete a falta de identificação da importância dos movimentos sociais e da mobilização para a construção de uma sociedade mais sólida e baseada nas premissas cidadãs, assim como revela uma perspectiva pré-determinada que não está disposta a compreender e assimilar o conteúdo publicado.

Logo, o maior desafio seria lidar com essas perspectivas negativas, investigando suas razões, e tentar de alguma forma se aproximar deste público e propor uma mudança e alteração na imagem institucional do movimento, superando a barreira dessas concepções já enraizadas por aqueles que possuem uma postura mais agressiva.

Desta maneira, este apontamento cria uma abertura para o desenvolvimento de trabalhos científicos que tenham como objetivo investigar, mais a fundo, os processos de construção imagética de movimentos sociais na sociedade brasileira, suas perspectivas, no que está fundamentado, e como isso pode prejudicar o desenvolvimento de nossa sociedade. Assim como mais produções de trabalhos dedicados a pesquisar sobre a invisibilidade, nas mídias digitais, como estratégia de movimentos sociais.

Portanto, muitos estudos ainda precisam ser realizados para constituir uma perspectiva aprofundada do relacionamento, tão complexo, entre movimentos sociais e seus diversos públicos nas mídias digitais, e que agregue diversas áreas do conhecimento.

Referências

- ALONSO, A. As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. São Paulo, **Lua Nova**, n.76, p. 49-86, 2009, p. 49-86. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n76/n76a03>. Acesso: 18 ago. 2018
- ALVES, A. Ciências da comunicação, área interdisciplinar. **Revista Comunicação e Sociedade 1**, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, v. 12 (1-2), p. 5-18, 1999.
- BERNARDINI, G.; GOBBI, Maria. C. Levante popular da juventude brasileira: saímos do Facebook. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 15, n. 17, jul./dez, 2013.
- BRAGA, J. L. Constituição do Campo da Comunicação. In: FAUSTO NETO, A.; PRADO, J. L. A.; PORTO, S. D. (orgs.). **Campo da comunicação** – caracterizações, problematizações e perspectivas. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001. p. 11-39.
- CALDART, R. S. O MST e a formação dos sem terra: o movimento social como princípio educativo. **Estudos Avançados**, v. 15, n.43, 2001.
- CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança**. Movimentos sociais na era da Internet. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- _____. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. **A galáxia Internet**: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- CORRÊA, E. S. A comunicação digital nas organizações: tendências e transformações. **Organicom**, v. 6 n.10-11, 2009.
- _____. Comunicação digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com os públicos. **Organicom**, v. 2, n.3, 2005.
- d'ANDRÉA, C. F. B., ALCÂNTARA, L. M. Movimentos sociais na web 2.0: a experiência da ocupação Dandara. **Revista de C. Humanas**, v.9, n.2, p. 291-301, jul/dez, 2009.
- DAGNINO, E. Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. In: DAGNINO, E. (Org.). **Anos 90 - Política e sociedade no Brasil**. Ed. Brasiliense, 1994, p. 103-115.
- DEMO, P. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez, 1999.
- DIMANTAS, H. **Linkania**: uma teoria de redes. São Paulo: Ed. Senac SP, 2010.
- FERNANDES, B. M. **Espacialização e territorialização da luta pela terra: a formação do MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra no Estado de São Paulo**. 1994 207 f. (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

_____. A territorialização do MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - Brasil. **Revista Nera**, n.1, 2012.

FONSECA, A. A. da. A comunicação nos movimentos sociais: do panfleto de protesto à educação para a cidadania. **Espaço Acadêmico**, n.126, p. 67-71, nov, 2011.

Disponível em:

<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/12748/8145>. Acesso: 27/07/2018.

FRANCO, A. **Pobreza e desenvolvimento local**. Brasília: AED, 2002.

GOHN, M. G. **Teorias dos movimentos sociais**. Paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

GOMES, W. Internet e Participação Política. In GOMES, W.; MAIA, Rousiley C. M. (Org.). **Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008, p. 293-326.

_____. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista FAMECOS**, v.27, n.2, p. 58-78, 2005.

HENRIQUES, M. S. (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

HERBELÊ, A.; SOARES, F. Comunicação para o desenvolvimento: estratégias e conceitos. In: **Estudos em Comunicação**, n.13, p. 151 -174, 2013. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/26983296.pdf>. Acesso: 06/08/2018

IANNI, O. As Ciências Sociais na Época da Globalização. **Revista Brasileira de Ciência Sociais**, v. 13, n. 37, 1998.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. **Matrizes**, v.8, n. 2. São Paulo: ECA-USP, 2014.

LACLAU, E. Os novos movimentos sociais e a pluralidade do social. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 1, n. 2, 1986.

LE COADIC, Y.F. **A Ciência da Informação**. Brasília: Briquet de Lemos/Livros, 1996.

LEMOS, A. Nova esfera Conversacional. In: MARQUES, Â.; COSTA, C. T.; KÜNSCH, DIMA et al (Orgs.). **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009, p. 9-30.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOPES, M. I. V. O campo da comunicação: reflexões sobre seu estatuto disciplinar. **Revista USP**, n. 48, p. 46-57, dez/fev, 2000-2001.

LUVIZOTTO, C. K. Cidadania, ativismo e participação na internet: experiências brasileiras. **Comunicação & Sociedade**, Universidade do Minho, v. 30, p. 297-312, 2016.

MACHADO, J. A. S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. **Revista Sociologias**: v. 9, n.18, p. 248-285, jul./dez, 2007.

MAFRA, R.; HENRIQUES, M. S.; BRAGA, C. O. Planejamento da Comunicação para a Mobilização Social: em busca da co-responsabilidade. In: HENRIQUES, Márcio (org). **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004, p.33-58.

MAFRA, R. **Entre o espetáculo, a festa e a argumentação**: mídia, comunicação estratégica e mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006.

MARCHIORI, M. **Cultura e comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.

_____. Reflexões iniciais sobre a comunicação como processo nas organizações da contemporaneidade. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul. **Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Caxias do Sul, 2010.

MARTINS, L. **Teorias da comunicação no século XX**. Brasília: Casa das Musas, 2005.

MELLUCI, A. Juventude, tempo e movimentos sociais. **Revista Young**. Estocolmo: v. 4, n. 2, p. 3-14, 1996.

MENDONÇA, R. F. Comunicação e sociedade civil: interfaces e agendas. **Revista Compolítica**, n. 1, mar/abr, 2011.

MONTARDO, S. P.; ARAÚJO, W. Performance e práticas de consumo online: ciberativismo em sites de redes sociais. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 20, n.2, p.472-494, mai/ago, 2013.

MORAES, D. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet. **Revista Brasileira de Ciência da Comunicação**, v.23, n.2, p. 142-155, julho/dezembro de 2000. Disponível em:
<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/16072-16073-1-PB.pdf>.
Acesso: 25/09/2018

PAULINO, R. Conteúdo digital interativo para tablets-ipad: Uma forma híbrida de conteúdo digital. In: PAULINO, R.; RODRIGUES, V. (Orgs.). **Jornalismo para Tablets: Pesquisa e Prática**. Florianópolis: Insular, 2013, p. 15-27.

PEREIRA, M. A. Internet e mobilização política – os movimentos sociais na era digital. In: IV Encontro da Compolítica, 04, 2011, Rio de Janeiro. **Anais IV Encontro da Compolítica**. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2011.

PERLES, J. B. **Comunicação: conceitos, fundamento e história**. Biblioteca on-line de ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>. Acesso em: 11/09/2018.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação comunitária e educação para cidadania. **Revista Comunicação e Sociedade 2**, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, v. 14, n.1-2, p.651-668, 2000.

_____. Relações Públicas nos Movimentos Sociais e “Comunidades”: princípios, estratégias e atividades. In: II Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional, 04, 2008, Belo Horizonte. **Anais do II Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional**. Belo Horizonte: PUC – Minas, 2008. Disponível em: http://www.abrapcorp.org.br/anais2008/gt5_krohling.pdf. Acesso: 10/10/2018.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso (Unisinos. Online)**, v. 28, p. 114-124, 2014. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.06/4187>. Acesso: 09/03/2019.

RIGITANO, M. E. C. **Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente**. In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2003. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34141342/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1533662297&Signature=o0thlYJBPLX3GgBTkN3w%2BbhUrsA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DRedes_e_ciberativismo_notas_para_uma_ana.pdf. Acesso em: 04/08/2018.

RIOS, A. O. Movimentos Sociais na Internet: Possibilidades e Desafios. **Revista Bocc**, 2010. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-oliveira-mov-sociais.pdf>. Acesso: 12/09/2018.

SCHERER-WARREN, I. **Redes de movimentos sociais**. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

SCHERER-WARREN, I.; LÜCHMANN, L. H. H. Situando o debate sobre movimentos sociais e sociedade civil no Brasil. **Revista Política e Sociedade**, n.5, p.13- 35, out, 2004.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, D. T. Construindo a comunicação por uma perspectiva cidadã: a participação popular, organizada e crítica, nos processos decisórios de mediatização da realidade no GT de 2009. In: **Comunicação para a cidadania: objetos, conceitos e perspectivas**. São Paulo: Intercom, p. 197-230, 2013.

SILVA, D. W. **Comunicação organizacional e as estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais**. Tese em Comunicação e Informação - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2018.

SILVEIRA, S. A. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, São Paulo, n.86, p.28-39, 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13811/15629>. Acesso: 09/08/2018

TERRA, C. F. A comunicação organizacional em tempos de redes sociais on-line e de usuários-mídia. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba. **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2009.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A.R.; CHIARA, I. G. D. Das redes sociais à inovação. **Ci. Inf. Brasília**, v.34, n.2, p.93-104, 2005.

TOURAINÉ, A. Na fronteira dos movimentos sociais. **Revista Sociedade e Estado**, v.21, n.1, p. 17-28, jan/abr, 2006.