

## **Estudo sobre a comunicação digital de movimentos sociais: Facebook do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra<sup>1</sup>**

Mariana Alarcon Datrino<sup>2</sup>

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Unesp, Bauru/SP

Caroline Kraus Luvizotto<sup>3</sup>

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Unesp, Bauru/SP

### **Resumo**

As mídias digitais permitem que as informações sejam mais acessíveis, e principalmente, interativas. Desta forma, é também uma ferramenta de mobilização, que pode ser utilizada por movimentos sociais para garantir maior alcance e disseminação de suas demandas e agenda. O objetivo deste estudo é refletir sobre o uso das redes sociais online, em especial do Facebook, como ferramenta de comunicação estratégica dos movimentos sociais. Especificamente, espera-se compreender como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra utiliza a rede, identificando se há uma comunicação estratégica que otimize o trabalho realizado fora do ciberespaço por meio da análise de conteúdo das publicações, reações e comentários. Como forma de contribuição, propomos possíveis alterações na comunicação digital para garantir uma melhoria que esteja alinhada aos objetivos do movimento social.

### **Palavras-chave**

Movimentos Sociais; Comunicação Estratégica; Ciberespaço; Interação; MST

### **Introdução**

A sociedade contemporânea vivencia um novo paradigma social, econômico e cultural provocado pelo intenso processo de globalização, pela desterritorialização da informação e do conhecimento, bem como pelo uso incessante das novas tecnologias comunicacionais. Esse novo paradigma afeta fortemente as relações entre as pessoas e as organizações e a maneira como a comunicação interage nos processos sociais. Como consequência desse cenário,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Espaço Jovem Pesquisador, na categoria Pesquisa de Iniciação Científica, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Relações Públicas da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Unesp, Bauru/SP. Bolsista da Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo – Fapesp.

<sup>3</sup> Doutora em Ciências Sociais, docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Unesp, Bauru/SP. Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais – ComMov.

movimentos sociais, instituições públicas, privadas e não governamentais precisam se adaptar constantemente as novas formas de comunicação e relação com seus públicos.

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.

A internet tornou-se um espaço de debate, onde o diálogo é livre e as informações possuem muita rapidez, é um ambiente capaz de gerar 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 um processo 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).

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).

E neste caso, 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 (2006, 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”.

Segundo Luvizotto, Gonzales e Calonego (2017, p. 114), quando o foco da comunicação é a mobilização de um determinado público, é necessário que haja a “interação com este público, por meio de uma comunicação dialógica, para que este se sinta corresponsável pelos próximos passos do projeto e, por fim, se engaje ainda mais por determinada causa”. As autoras se apoiam em Henriques (2013), ao afirmar que o processo de mobilização requer uma comunicação dialógica, “pois não é somente uma transferência do saber e sim um encontro de

sujeitos interlocutores. A coparticipação nessa comunicação é que torna o homem capaz de transformar a realidade que o cerca, sem invasão e a imposição unidirecional” (LUVIZOTTO, GONZALES E CALONEGO, 2017, p. 114).

O MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra 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. O MST possui três objetivos principais: lutar pela terra, lutar pela reforma agrária e lutar por mudanças sociais no país. Atualmente, segundo o site oficial do movimento (2019) o MST 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 três plataformas digitais, o Facebook, o site institucional e o Twitter, contudo, pode-se dizer que é no Facebook que o movimento está mais ativo e abre espaço para o debate público sobre os diversos assuntos que envolvem o movimento, e possuem maior visibilidade e alcance. O site acaba por assumir uma função de compilar todas as informações e curiosidades sobre o movimento, de maneira organizada e de fácil acesso. Já no Twitter, a intenção é postar links para matérias mais completas, e também compartilhar informações mais sucintas.

Logo, quando tratamos a comunicação nesta esfera, segundo Peruzzo (2008), ela se configura como uma comunicação que agrega às diversas lutas de diferentes contextos populacionais e que tem como objetivo sanar questões que afetam o cotidiano, assim como amplia a possibilidade de exercer a cidadania por parte das populações empobrecidas.

O papeis de comunicação estratégica podem ser

[...] executados no âmbito da organização popular visando atingir objetivosque 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).

Logo, 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 conseqüentemente, fornece maior segurança na atuação do profissional neste setor, através dos elementos identificados como fatores de sucesso e insucesso, de impacto ou não. O objetivo deste estudo é refletir sobre o uso das redes sociais online, em especial do Facebook, como ferramenta de comunicação estratégica dos movimentos sociais. Especificamente, espera-se compreender como o

Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra utiliza a rede, identificando se há uma comunicação estratégica que otimize o trabalho realizado fora do ciberespaço por meio da análise de conteúdo das publicações, reações e comentários.

## **Metodologia**

Para atingir os objetivos propostos, foi realizada 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.

Desta maneira, após a coleta de dados realizada em dois meses (novembro e dezembro de 2018), foi possível reunir 344 publicações, sendo 138 feitas em novembro e 219 em dezembro. Para fins de análise, optamos por selecionar apenas as publicações feitas em novembro de 2018, uma vez que se constitui como uma amostra representativa e que possibilita a produção de uma análise de maior qualidade, em relação ao pouco tempo para a entrega da pesquisa.

Primeiramente, construímos uma tabela com o número total de publicações, o número de comentários e as três reações mais utilizadas, assim como os horários e dias da semana em que foram publicadas, a fim de verificar se existe um padrão de publicações e preocupação com os horários de maior acesso (informação fornecida pelo próprio Facebook).

Posteriormente, ainda na mesma tabela, buscamos identificar se existe uma linguagem acessível e adequada ao ambiente digital. Para isso, primeiramente, realizamos uma categorização, cada uma das publicações se enquadraram em sete principais categorias, sendo elas: “chamada para ações”, “proposta ideológica”, “posicionamento sociopolítico”, “ações já realizadas”, “denúncias”, “homenagem” e “saudações ao público”. Além disso, cada uma delas foram sinalizadas como “linguagem compreensível”, “linguagem confusa”, “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 e eventos. 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 à 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 a respeito de 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, serão divididos em comentários positivos, neutros e negativos.

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 grande repercussão? Positiva ou negativa?
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?

### **Análise das publicações**

Após a leitura das 138 publicações de novembro, decidimos que não seriam analisados os conteúdos propostos por vídeos ao vivo, uma vez que é um conteúdo mais espontâneo que não exige programação ou padronização, ou seja, não há (necessariamente) um processo comunicativo formalizado. Portanto, restou ao todo 130 publicações para realizar a análise de conteúdo que será descrito.























Nesta etapa do trabalho, buscamos responder às perguntas já expostas aqui. Para isso, nos baseamos na tabela a seguir, que agrega 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 aos temas propostos.

Tabela 1 – Caracterização geral das publicações analisadas

Publicação	nº comentários	nº de reações	reação mais utilizada	nº de compartilhamento	dia da semana	horário	tema	tipo de linguagem	categoria comentário
1	1	33	curtir - amei	4	quinta 1	-	chamada para ações	compreensível	
2	2	141	curtir - amei - grr	39	quinta 1	12:30	posicionamento político	confusa	
3	1	210	curtir - amei	46	quinta 1	14:20	chamada para ações	compreensível	
4	6	294	curtir - amei - triste	96	quinta 1	-	homenagem	compreensível	
5	99	120	curtir - haha - amei	34	quinta 1	-	posicionamento político	compreensível	
6	11	100	curtir - amei	33	quinta 1		denúncia	compreensível	
7	5	247	curtir - amei - triste	57	sexta 2	-	proposta ideológica	compreensível	
8	22	437	curtir - amei	215	sexta 2	16:43	ações já realizadas	compreensível	
9	23	146	curtir - triste - amei	62	sexta 2	16:56	posicionamento político	compreensível	
10	44	830	curtir - triste - grr	458	sexta 2	21:30	denúncia	compreensível	
11	8	226	curtir - amei	27	sábado 3	-	chamada para ações	compreensível	
12	22	448	curtir - amei - haha	95	sábado 3	11:30	ações já realizadas	compreensível	
13	9	128	curtir - amei	14	sábado 3	19:54	chamada para ações	compreensível	
14	27	606	curtir - triste - grr	410	domingo 4	09:24	denúncia	compreensível	
15	74	1,3 mil	curtir - amei - triste	575	domingo 4	13:39	homenagem	compreensível	
16	29	217	curtir - amei - triste	67	domingo 4	15:28	ações já realizadas	compreensível	
17	29	537	curtir - amei - uau	105	terça 6	07:55	saudação ao público	compreensível	
18	2	146	curtir - amei	27	terça 6	10:08	proposta ideológica	compreensível	
19	2	58	curtir - triste - grr	70	terça 6	10:25	denúncia	compreensível	
20	13	173	curtir - triste - grr	74	terça 6	12:55	denúncia	compreensível	
21	37	841	curtir - amei - triste	349	terça 6	18:11	posicionamento político	compreensível	
22	13	182	curtir - amei	52	quarta 7	07:34	saudação ao público	compreensível	
23	11	246	curtir - triste - amei	91	quarta 7	09:00	chamada para ações	compreensível	
24	6	103	curtir - amei	19	quarta 7	10:30	chamada para ações	compreensível	
25	63	271	curtir - triste - grr	369	quarta 7	13:03	denúncia	compreensível	
26	8	151	curtir - triste - amei	92	quarta 7	15:39	ações já realizadas	compreensível	
27	28	573	curtir - amei - haha	169	quarta 7	19:22	proposta ideológica	compreensível	
28	5	125	curtir - amei - grr	63	quarta 7	22:03	proposta ideológica	compreensível	
29	7	328	curtir - amei - haha	73	quinta 8	10:30	ações já realizadas	compreensível	
30	1	156	curtir - amei	37	quinta 8	12:00	ações já realizadas	compreensível	
31	196	2,1 mil	triste - curtir - grr	4.150	quinta 8	15:29	denúncia	compreensível	
32	32	384	Triste - grr - curtir	222	quinta 8	17:13	denuncia	compreensível	
33	36	312	curtir - triste - grr	269	quinta 8	18:28	denúncia	compreensível	
34	12	172	curtir - triste - grr	105	quinta 8	20:00	proposta ideológica	compreensível	
35	3	81	curtir - amei	32	quinta 8	21:00	posicionamento político	compreensível	
36	0	186	curtir - amei - haha	58	sexta 9	07:43	saudações ao público	compreensível	-
37	6	366	curtir - amei - haha	115	sexta 9	09:27	proposta ideológica	compreensível	
38	156	1,7 mil	curtir - triste - amei	2.613	sexta 9	09:45	chamada para ações	compreensível	
39	1	86	curtir - amei - triste	11	sexta 9	14:53	ações já realizadas	compreensível	
40	8	310	curtir - amei	127	sexta 9	16:54	ações já realizadas	compreensível	
41	1	72	curtir - amei	16	sexta 9	17:51	posicionamento político	compreensível	
42	7	181	curtir - triste - uau	70	sexta 9	19:15	ações já realizadas	compreensível	
43	4	278	curtir - amei - haha	164	sábado 10	09:40	ações já realizadas	compreensível	
44	14	416	curtir - amei - uau	58	sábado 10	11:30	ações já realizadas	compreensível	
45	2	79	curtir - amei - haha	23	sábado 10	12:37	ações já realizadas	compreensível	
46	10	316	curtir - amei	128	sábado 10	15:00	ações já realizadas	compreensível	
47	4	142	curtir - amei	50	sábado 10	18:00	posicionamento político	compreensível	
48	23	320	curtir - amei - uau	80	domingo 11	08:42	saudações ao público	compreensível	

49	1	260	curtir - amei	87	domingo 11	13:10	proposta ideológica	compreensível	
50	4	252	curtir - amei- uau	61	domingo 11	15:00	proposta ideológica	compreensível	
51	3	121	curtir -triste - amei	33	domingo 11	17:30	proposta ideológica	compreensível	
52	1	62	curtir -amei	11	segunda 12	-	chamada para ações	compreensível	
53	2	120	curtir - triste -amei	75	segunda 12	10:41	ações já realizadas	compreensível	
54	7	140	curtir - amei	50	segunda 12	14:04	ações já realizadas	compreensível	
55	0	173	curtir - triste - amei	46	segunda 12	18:30	posicionamento político	compreensível	-
56	9	106	curtir - amei	44	segunda 12	21:09	proposta ideológica	compreensível	
57	9	186	curtir - amei	74	segunda 12	23:30	ações já realizadas	compreensível	
58	66	569	curtir - trisrte - grr	408	terça 13	10:04	denúncia	compreensível	
59	20	231	curtir -triste - grr	316	terça 13	12:27	denúncia	compreensível	
60	7	144	curtir -triste- amei	64	terça 13	13:44	denúncia	compreensível	
61	5	101	curtir -triste -amei	116	terça 13	14:42	denúncia	compreensível	
62	6	75	curtir - triste	9	terça 13	14:46	ações já realizadas	compreensível	
63	5	125	curtir - amei	39	terça 13	17:30	chamada para ações	compreensível	
64	35	315	curtir - triste- grr	230	terça 13	21:00	denúncia	compreensível	
65	20	696	curtir - amei	280	quarta 14	12:10	posicionamento político	compreensível	
66	1	66	Curtir - amei	9	quarta 14	14:00	ações já realizadas	compreensível	
67	40	221	curtir - amei - haha	25	quarta 14	15:19	ações já realizadas	compreensível	
68	3	62	curtir - amei	8	quarta 14	15:54	posicionamento político	compreensível	
69	16	96	curtir - amei - haha	23	quarta 14	17:00	ações já realizadas	compreensível	
70	26	251	curtir- triste - amei	145	quarta 14	22:11	ações já realizadas	compreensível	
71	5	49	curtir - amei	17	quinta 15	09:00	proposta ideológica	compreensível	
72	29	396	curtir - amei - haha	73	quinta 15	09:15	saudação ao público	compreensível	
73	4	113	curtir - amei	25	quinta 15	18:56	posicionamento político	compreensível	
74	7	111	curtir - amei	27	sexta 16	11:54	ações já realizadas	compreensível	
75	7	151	curtir - amei - uau	31	sexta 16	13:30	proposta ideológica	compreensível	
76	6	108	curtir - amei	14	sexta 16	15:00	ações já realizadas	compreensível	
77	27	183	curtir -amei- haha	29	sexta 16	16:29	chamada para ações	compreensível	
78	19	246	curtir -amei -haha	36	sábado 17	10:57	ações já realizadas	compreensível	
79	12	378	curtir -triste -grr	131	segunda 19	10:45	denúncia	compreensível	
80	4	158	curtir -amei	24	segunda 19	11:30	posicionamento político	compreensível	
81	3	224	curtir -amei	46	segunda 19	13:00	ações já realizadas	compreensível	
82	1	49	curtir -amei	48	segunda 19	-	chamada para ações	compreensível	
83	2	118	curtir -amei	27	segunda 19	19:00	posicionamento político	compreensível	
84	49	1,9 mil	curtir - amei- uau	1.679	segunda 19	20:00	ações já realizadas	compreensível	
85	17	339	curtir - amei	150	terça 20	09:02	saudação ao público	compreensível	
86	2	100	curtir - amei- haha	69	terça 20	17:05	proposta ideológica	compreensível	
87	8	244	curtir - triste - grr	125	terça 20	22:06	denúncia	compreensível	
88	47	435	curtir- trist- grr	354	quarta 21	09:31	denúncia	compreensível	
89	1	207	curtir - amei	88	quarta 21	10:30	posicionamento sociopolítico	compreensível	
90	39	721	curtir - triste - grr	483	quarta 21	11:00	ações já realizadas	compreensível	
91	11	96	curtir - amei	57	quarta 21	12:00	posicionamento sociopolítico	compreensível	
92	10	312	curtir - amei - haha	85	quarta 21	13:00	proposta ideológica	compreensível	
93	1	92	curtir - amei	32	quarta 21	-	chamada para ação	compreensível	-
94	1	155	curtir - amei	73	quarta 21	-	chamada para ação	compreensível	
95	1	238	curtir - amei	158	quarta 21	19:00	chamada para ação	compreensível	
96	1	120	curtir - amei	63	quarta 21	20:00	chamada para ação	compreensível	
97		51	curtir - amei	22	quarta 21	22:00	chamada para ação	compreensível	-
98	5	113	curtir - amei	39	quinta 22	-	saudação ao público	compreensível	
99	8	128	curtir - amei	83	quinta 22	09:00	chamada para ação	compreensível	
100	11	246	curtir - amei - uau	79	quinta 22	10:30	ações já realizadas	compreensível	
101	8	90	curtir - triste - amei	33	quinta 22	11:45	ações já realizadas	compreensível	
102	2	58	curtir - amei	19	quinta 22	12:00	chamada para ação	compreensível	



103	5	111	curtir - triste - amei	66	quinta 22	-	proposta ideológica	compreensível	
104	1	57	curtir - triste - amei	2	quinta 22	-	posicionamento sociopolítico	compreensível	
105	2	48	curtir - amei	22	quinta 22	16:00	chamada para ação	compreensível	
106	10	357	curtir -grr- triste	336	quinta 22	16:58	denúncia	compreensível	
107	11	165	curtir - triste- amei	44	quinta 22	-	homenagem	compreensível	
108	76	767	curtir - amei - haha	2.213	sexta 23	12:00	posicionamento sociopolítico	compreensível	
109	30	1000	curtir - amei - triste	611	sexta 23	14:26	denúncia	compreensível	
110	38	609	curtir -amei - haha	316	sexta 23	15:33	ações já realizadas	compreensível	
111	5	119	curtir - amei	31	sábado 24	09:39	posicionamento sociopolítico	compreensível	
112	13	382	curtir - amei - uau	245	sábado 24	12:30	ações já realizadas	compreensível	
113	5	68	curtir - amei	22	domingo 25	09:21	proposta ideológica	compreensível	
114	1	129	curtir - amei - triste	77	domingo 25	-	proposta ideológica	compreensível	-
115	29	434	curtir - amei - triste	107	domingo 25	16:11	proposta ideológica	compreensível	
116	2	135	curtir - triste - amei	30	domingo 25	-	homenagem	compreensível	-
117	11	193	curtir - amei - uau	59	domingo 25	-	proposta ideológica	compreensível	
118	11	633	curtir - amei - uau	229	terça 27	18:32	posicionamento sociopolítico	compreensível	
119	-	103	curtir - amei	38	quarta 28	15:12	posicionamento sociopolítico	compreensível	-
120	4	84	curtir - amei	17	quarta 28	-	homenagem	compreensível	
121	1	90	curtir - amei	20	quinta 29	-	saudação ao público	compreensível	
122	5	379	curtir - grr - triste	305	quinta 29	12:05	denúncia	compreensível	
123	-	30	curtir - triste - amei	3	quinta 29	12:41	denúncia	compreensível	-
124	-	26	curtir - grr - triste	10	quinta 29	13:53	denúncia	compreensível	-
125	-	52	curtir - amei	10	quinta 29	15:00	posicionamento sociopolítico	compreensível	-
126	1	26	curtir - triste	3	quinta 29	-	homenagem	compreensível	
127	17	252	triste - curtir - grr	164	quinta 29	17:00	denúncia	compreensível	
128	2	228	curtir - amei - uau	67	quinta 29	-	proposta ideológica	compreensível	
129	4	74	curtir - amei	17	quinta 29	-	posicionamento sociopolítico	compreensível	
130	3	151	curtir - amei - uau	85	quinta 29	20:30	homenagem	compreensível	

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

A princípio é importante de pontuar perspectivas fundamentais 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, iniciamos 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 ou vídeos, além de uma linguagem acessível que permite a compreensão dos públicos e que se



adequa muito bem 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 um pouco mais aprofundada.

Já para identificar se houve ou não compreensão do conteúdo produzido, foi possível identificar através dos comentários. A princípio, a questão mais problemática está relacionada ao discurso de ódio propagado na página. Encontramos 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 mais, não se interessam por ela. Portanto, a questão não está relacionada ao emissor, mas sim ao processo de recepção deste público. Por outro lado, os apoiadores aparentam compreender bem a mensagem, e buscam acrescentar informações, dialogar, além de exporem alguns argumentos técnicos e de vivência particulares para contrapor os discursos desconexos e de ódio.

Outro elemento importante para compreender o processo comunicacional, é o quanto os conteúdos repercutem de maneira positiva ou negativa. 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 na tabela, as cores em verde representam a maioria dos comentários positivos, vermelhos negativos e amarelos os neutros.

Desta forma foi possível verificar que 43 das 130 publicações (aproximadamente 33%) possuíam a maioria dos comentários negativos (na maioria das vezes desconexos). Os comentários eram compostos por narrativas com frases como “vão trabalhar”, “vocês 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”.

Já os comentários neutros se constituíram em 22 publicações (aproximadamente 18,5%). 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 a denúncia). Nesta categoria, encontra-se também comentários de marcação de amigos, e links sobre conteúdos ou páginas que agreguem ao que foi exposto.

Por fim, os comentários positivos compreenderam 55 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.

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 apenas 10 das publicações (aproximadamente 8%) não continham nenhum comentário, ou nenhum comentário relevante (ferramenta própria do Facebook). Por fim da análise desses comentários foi possível perceber, como já dito brevemente, há uma grande falha no processo de uma comunicação de mão dupla. Uma vez que, independente do teor do comentário, o Movimento dos Trabalhadores Rurais não tem o cuidado de responder às questões levantadas. É importante apontar que apenas um comentário das 119 publicações analisadas, foi respondida (com um link de acesso para uma petição online).

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 de fato contemplam o movimento, propaga-se o ódio e fake news. 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, esse não diálogo pode se desenvolver em 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 aproximação entre movimento e sociedade.

Quanto a 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, sugerimos uma mudança de postura, pois é extremamente importante que o movimento se dedique e determine uma pessoa que integra o movimento em uma escala nacional para responder os comentários através de uma unidade organizacional.

Ou seja, importante ressaltar que o MST disponibiliza inúmeras informações educativas que possuem o poder de promover uma imagem positiva, mas que, ao fim, atingem somente os 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 uma imagem alinhada à realidade vivida pelo movimento.

Quanto a frequência das publicações, foi possível notar que não há uma preocupação em analisar os horários de maior engajamento do Facebook, uma vez que as publicações analisadas são, aparentemente, publicadas em horários aleatórios e quebrados como “09:24”. Neste ponto, o Facebook oferece uma ferramenta que permite à página ter o acesso aos horários 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 à 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, não houve nenhuma publicação, num sábado e num domingo, em contrapartida, em outros finais de semana houve até três publicações. Já em outros dias o movimento aparenta compartilhar bastante conteúdo, e produziu até 10 publicações num dia do mês de novembro.

Neste ponto, 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 gente, 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.

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

- Chamada para ações: 19 publicações
- Proposta ideológica: 19 publicações
- Posicionamento sociopolítico: 22 publicações
- Ações já realizadas: 32 publicações
- Denúncias: 23 publicações
- Homenagem: 7 publicações
- Saudações ao público: 8 publicações

Após visualizar estes números é possível constatar que a maior parte das publicações são destinadas a relatar ações que já ocorreram. Logo, podemos compreender que a página não se constitui como uma ferramenta ativa. Entretanto, o segundo maior número está nas publicações que se tratavam de denúncias, uma forma ativa do movimento.

## **Conclusão**

Comprendemos que os movimentos sociais devem se dedicar mais à 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 pode se constituir como uma ferramenta para impulsionar, fortalecer, agregar membros e propagar a essência dos movimentos sociais.

Além disso, no caso específico do MST, chamamos a atenção para o fato de que o tema que teve maior número de comentários negativos 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”, “vocês 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 geraram mudanças importantes para o desenvolvimento da sociedade moderna e conscientização da importância da tomada de consciência do poder de reivindicação.

O desafio do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, assim como, de todos os outros movimentos sociais, está em tentar promover uma consciência sobre a importância da mobilização, principalmente, para os não apoiadores do movimento. É preciso, através da comunicação, criar uma nova imagem sobre as mobilizações, para que o movimento consiga ser compreendido como um movimento de relevância social no contexto brasileiro.

## Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Presses Universitaires de France, Edições 70, 1977.

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

GOMES, W. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista FAMECOS**, 27 (2), 2005, p. 58-78.

HENRIQUES, M. S. A dinâmica da comunicação para a mobilização social nas práticas da extensão universitária. **Interfaces - Revista de Extensão**, v. 1, n. 1, p. 24-34, jul./nov. 2013.

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

LUVIZOTTO, C. K.; GONZALES, N. dos S. & CALONEGO, R. (2017). Comunicação e movimentos sociais: a atuação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação na internet. **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**, v.14.

MORAES, D. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet. **Revista Brasileira de Ciência da Comunicação**, Vol. XXIII, no 2, julho/dezembro de 2000, p. 142-155. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/16072-16073-1-PB.pdf>.



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.

PERUZZO, C. M. K. Relações Públicas nos Movimentos Sociais e “Comunidades”: princípios, estratégias e atividades. **ABRAPCORP**, Anais 2008. Disponível em: [http://www.abrapcorp.org.br/anais2008/gt5\\_krohling.pdf](http://www.abrapcorp.org.br/anais2008/gt5_krohling.pdf)