

Mobilização Social e Comunicação *Online*: A Abordagem da ONU Brasil sobre a Agenda 2030 no Facebook¹

Carla Negrin Fernandes de Paiva

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

Caroline Kraus Luvizotto

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

Resumo

A partir da atuação da ONU, especificamente acerca de seu projeto Agenda 2030, este artigo discute de que forma a mobilização social, em especial o projeto da Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), utilizam as mídias sociais digitais para disseminar informações a respeito do tema. O objeto de estudo são as postagens realizadas pela ONU Brasil na plataforma Facebook, buscando verificar como o tema é abordado. A observação das postagens no Facebook, demonstram que o tema é tratado de modo indireto, mas com certa constância, nos conteúdos publicados, o que auxilia na divulgação e legitimação do projeto Agenda 2030 e ODS. Entretanto, a interação entre a organização e os cidadãos ainda não é priorizada, o que impacta negativamente nas ações de mobilização e participação em torno do projeto.

Palavras-chave

Mobilização Social; Comunicação Online; Agenda 2030; ONU.

Introdução

O desenvolvimento e popularização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) ampliaram as possibilidades de participação política e social e apresentaram aos cidadãos e organizações de todos os tipos um novo espaço de comunicação, articulação e mobilização. O uso da internet e de dispositivos móveis e as maiores possibilidades de interação com o rompimento das barreiras de tempo e espaço, fazem da internet um meio fundamental para a participação cidadã (VOLPATO, ET. AL. 2019).

As mudanças tecnológicas provocaram novos estilos de vida e mudanças no sistema social, que acarretaram novas formas de organização da população, evidenciando que problemas e causas sociais locais, podiam ser muitas vezes, problemas e causas globais. Os problemas e as causas

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Relações Públicas, política e sociedade, atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

sociais passaram a ser discutidos em vários níveis na sociedade e em organizações públicas, privadas, governo e entre os próprios cidadãos.

A coletivização e participação sempre tiveram um importante papel na sociedade, podendo ser observadas através da atuação de diferentes movimentos político-sociais e ativismos, cujas demandas ganharam mais espaço e visibilidade nos ambientes digitais. O ciberespaço possibilitou que pessoas de qualquer lugar do mundo, que se identificam em prol de uma reivindicação, se unissem virtualmente para mobilizar, disseminar informações e lutar por seus direitos (LUVIZOTTO; ET. AL., 2017).

Muitas ações de caráter político e social se fortaleceram e conseguiram se engajar ainda mais aproveitando as possibilidades que a internet oferece, dentre elas, as redes sociais online. Castells (2013) utiliza como exemplo movimentos como a Primavera Árabe, os Indignados na Espanha e os protestos de junho de 2013 ocorridos no Brasil e outros que aconteceram ao redor do mundo, para mostrar como a internet pode ser um importante elemento de organização e apropriação de movimentos já existentes visando a participação de atores sociais.

As TIC também possibilitaram uma maior atuação das Organizações Intergovernamentais, que desde a metade do século XX se estabeleceram e passaram a ter um papel mais significativo em diversos setores da comunidade internacional. Segundo Herz e Hofmann (2004, p.9), “as Organizações Intergovernamentais (...) são a forma mais institucionalizada de realizar cooperação internacional” e isso é realizado através da promoção de foros de debate e prestação de serviços, buscando garantir legitimidade política, autonomia e moderação entre e para os Estados, de acordo com o nível de desenvolvimento apresentados por estes.

Entre as Organizações Intergovernamentais de maior destaque, podemos citar a Organização das Nações Unidas – ONU, que possui uma abrangência global, atuando na busca e proposição de soluções e espaços deliberativos para a diminuição da desigualdade e violência global.

A partir da atuação da ONU, especificamente acerca de seu projeto Agenda 2030, este artigo discute de que forma a mobilização social, em especial o projeto da Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), utilizam as mídias sociais digitais para disseminar informações a respeito do tema que envolve a participação cidadã, do Estado e de empresas do setor privado. O objeto de estudo são as postagens realizadas pela ONU Brasil na plataforma Facebook, buscando verificar como o tema é abordado neste meio de comunicação digital. Inicia-se a discussão com a conceituação e caracterização de mobilização social e destaca-se a importância da comunicação para ações político-sociais. Após contextualizar a Agenda 2030, apresenta-se o estudo das postagens no Facebook, que indica que o tema é tratado de modo indireto, mas com certa constância, nos conteúdos publicados, o que auxilia na divulgação e

legitimação do projeto Agenda 2030 e ODS. Entretanto, a interação entre a organização e os cidadãos ainda não é priorizada, o que impacta negativamente nas ações de mobilização e participação em torno do projeto.

Mobilização social

De acordo com Toro e Werneck (2004) a mobilização social acontece quando um grupo de pessoas ou uma comunidade age em prol de um objetivo em comum buscando resultados desejados por todos. É um conceito que caminha junto ao conceito de movimentos sociais, pois muitas vezes a mobilização toma forma de movimento social nas sociedades contemporâneas. Os movimentos sociais são compreendidos como ações coletivas que procuram transformar a sociedade e que desde a década de 1970, no Brasil, “não se organizam apenas em torno de classes e não procuram agir apenas sobre o Estado”: “os novos movimentos sociais, protagonizados por diferentes sujeitos que se articulam em torno de direitos sociais modernos, questões culturais e identitárias, são voltados para políticas públicas, mas, também, para a vida cotidiana” (VOLPATO, ET. AL. 2019, p. 358).

De acordo com Scherer-Warren (2006), podemos compreender a organização da sociedade civil mobilizada em três níveis:

- O primeiro nível - associativismo local: movimentos comunitários e as próprias ONGs que lutam por "causas sociais ou culturais do cotidiano" (SCHERER-WARREN, 2006, p. 110). Como exemplo desse nível, a autora destaca os núcleos dos movimentos sem terra, sem teto, piqueteiros, empreendimentos solidários e associações de bairro.
- O segundo nível - organizações inter-organizacionais: "fóruns da sociedade civil, as associações nacionais de ONGs e as redes de redes" (SCHERER-WARREN, 2006, p. 111), que se articulam para empoderar a sociedade civil. Nesse nível ocorre a mediação necessária para parcerias mais institucionalizadas entre a sociedade e o Estado.
- O terceiro nível - mobilização na esfera pública: a articulação de todos estes atores sociais que buscam algo além da organização institucional conciliatória e partem para grandes manifestações, tendo em vista visibilidade midiática e exercer pressão política (SCHERERWARREN, 2006, p. 111). Como exemplo do terceiro nível indica-se a Marcha das Vadias, a Parada do orgulho LGBTTT, e as próprias Manifestações de Junho de 2013 no Brasil em um nível ainda mais extremo.

Para o envolvimento dos cidadãos em projetos que englobam causas sociais, são necessárias estratégias para promover a participação. Participação tem um sentido amplo, ela pode ser cultural, social ou política e de acordo com Luvizotto (2016), tem suas modalidades alteradas de “acordo com a possibilidade de atingir diferentes sujeitos sociais que se identificam com determinada causa, ou simplesmente tem consciência de seu papel como cidadão e a necessidade de participar”. É neste contexto que se observa a importância da comunicação para o engajamento e a mobilização da sociedade.

Comunicação *online* e participação

Toro e Werneck (2004) definem o processo de mobilização como um ato de comunicação, pois é necessário que sejam compartilhados e propagados discursos, visões e informações, para que as pessoas formem suas opiniões e se disponham a agir. Além disso, as informações poderão ser compartilhadas e consumidas, favorecendo a coletivização e atuação no projeto. Bandeira (2011, p. 575) afirma que a comunicação assume “papel fundamental na discussão dos mais variados temas que permeiam a sociedade e, conseqüentemente, na efetivação do debate público e na garantia da visibilidade das demandas sociais”.

Além do conhecimento compartilhado, outros mecanismos são necessários para favorecer e promover a participação como o uso de diferentes mídias para gerar maior visibilidade e efetivar o envolvimento. Os indivíduos se engajam em diferentes causas a fim de conquistar melhorias para problemas que os afetam direta ou indiretamente (DEMO, 1996).

Com o advento da internet, as formas de relacionamento e participação se alteraram, dando lugar a uma comunicação mais democrática e não mais unilateral. Como reflexo desse contexto, processos de mobilização e movimentos sociais buscam atuar através das redes sociais online para continuar promovendo a participação dos cidadãos.

A internet oferece ferramentas e estratégias, caracterizando-se como um instrumento de articulação e mobilização de pessoas, grupos, organizações e do Estado. Mesmo considerando suas limitações de estrutura, conectividade, acessibilidade e usabilidade, as redes sociais viabilizam uma forma de comunicação rápida, prática e sem barreiras geográficas, facilitando manifestações políticas e sociais, lugar onde diversas reivindicações ganham espaço (LUVIZOTTO, ET. AL., 2017).

O envolvimento possibilitado através das redes contribui para gerar o sentimento de coparticipação nos indivíduos e corresponsabilidade, definida por Henriques (2013) como sujeitos sentindo-se responsáveis e entendendo sua participação como essencial para todo o

movimento. Porém, é importante ressaltar que a internet não impulsiona e gera as ações, mas é um espaço para organização e mais uma opção comunicacional para viabilizar projetos que dependem da ação da sociedade civil, das organizações e dos Estados. Um exemplo bastante recente de projeto que se baseia na ação de indivíduos, organizações e Estados, é o estabelecimento da Agenda 2030 para Desenvolvimento Sustentável, proposta pela ONU em 2015.

Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Um dos recentes projetos da ONU, a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável envolve reivindicação e mobilização social, procurando participação da sociedade civil. Essa agenda foi adotada em 2015 em uma Assembleia Geral em Nova Iorque com líderes de governos e propõe 17 objetivos de desenvolvimento e 169 metas dentro destes a serem alcançados até o ano de 2030. Considera-se a Agenda 2030 uma proposta de governança, baseada em um plano de ação colaborativo integrado e que deverá ser desenvolvido pela ONU, suas organizações parceiras, os Estados membros e todas as partes interessadas, incluindo a sociedade civil. Seus objetivos e as 169 metas que constituem o documento servem como base de implementação de políticas públicas e cooperação civil e reforçam o propósito da ONU, envolvendo seus públicos de maneira a fortalecer sua missão e seus relacionamentos.

Os 17 objetivos da Agenda são: erradicação da pobreza; fome zero e agricultura sustentável; saúde e bem-estar; educação de qualidade; igualdade de gênero; água potável e saneamento; energia limpa e acessível; trabalho decente e crescimento econômico; indústria, inovação e infraestrutura; redução das desigualdades; cidades e comunidades sustentáveis; consumo e produção responsáveis; ação contra a mudança global do clima; vida na água; vida terrestre; paz, justiça e instituições eficazes e, por fim, parceria e meios de implementação². A seguir, a identidade visual da campanha com todos os objetivos resumidos:

² A Declaração da Agenda 2030 pode ser acessada na íntegra através do site: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>

Figura 1 - Objetivos da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU



Fonte: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/> acesso em 30/09/2018

A Agenda foi concebida a partir dos ODM (Objetivos de Desenvolvimento do Milênio), discutidos nos anos 1990 e 2000, que consistiam em políticas de desenvolvimento para orientar ações de governos sobre temas que envolvem erradicação da extrema pobreza, combate a doenças como AIDS, entre outros, até o ano de 2015. Porém, a ONU defendeu a necessidade de aceleração na implementação dos objetivos e, para garantir a promoção de suas causas sociais, propôs então a elaboração de novos passos para serem tomados a partir de 2015, visando ações para se alcançar um caminho mais sustentável de maneira mais rápida e efetiva (OBJETIVOS..., 2015) e, por isso, adotou-se os ODS.

O projeto ambiciona o envolvimento da sociedade civil, Estado e também organizações privadas para que políticas de desenvolvimento e programas sejam implementados como forma de atuação. Pode-se considerar o papel da própria ONU como atuação de um Estado, pois ela é uma organização internacional governamental, caracterizadas por Herz e Hoffman (2004) como parte central da política na vida social em diferentes partes do mundo.

O Brasil, como um Estado membro da ONU, é signatário da Agenda 2030 e dos ODS e utiliza sua própria plataforma no Facebook para tratar dos temas relacionados ao projeto, além da utilização de site e outras redes sociais, como o Instagram. Para os propósitos deste estudo, é utilizado apenas o conteúdo disponibilizado no Facebook.

Procedimentos metodológicos, resultados e discussão

Foi realizada a análise do conteúdo das postagens efetuadas pela ONU Brasil em sua página do Facebook, no período de 14 de janeiro a 14 de fevereiro de 2020, com o objetivo de verificar de que forma a organização utiliza este meio de comunicação para a mobilização em prol do projeto.

As categorias criadas por Luvizotto, et. al. (2017) para a análise da atuação do Fórum Nacional da Democratização da Comunicação pela Internet, serviram de referência para realizar a análise das postagens em questão, dando origem a duas categorias que guiaram a coleta dos posts no referido período: os conteúdos publicados mais curtidos na plataforma e os conteúdos publicados mais compartilhados na plataforma.

Tanto na primeira categoria, quanto na segunda, foram verificadas as seguintes subcategorias: data das postagens, assunto, formato (texto, imagem, vídeo e link) e quantidade de curtidas. Após essa coleta, foram localizadas as publicações relacionadas a Agenda 2030 e os ODS.

A página da ONU Brasil no Facebook possuía, até a finalização da coleta, 691.384 curtidas. A organização se auto define em seu perfil através de uma breve explicação sobre sua história, afirmando que os países membros da ONU trabalham pelo desenvolvimento mundial. Durante o período de um mês de coleta, foram contabilizados 293 posts.

Durante a coleta, percebeu-se que há uma certa frequência e padronização das publicações, pois todos os dias eram contabilizados cerca de 10 posts, incluindo fins de semana. Na tabela a seguir, foram destacadas as publicações que tiveram mais curtidas no período, atendendo a primeira categoria de coleta.

Tabela 1 - *Posts* mais curtidos no Facebook da ONU Brasil

Data	Assunto	Formato	Curtidas e reações
23/jan	Antisseminismo ainda ameaça sociedades democráticas	Texto; Link	614
14/jan	Menos Lixo, Mais Praia: mais de 200 voluntários limpam areias cariocas	Texto; Link	527
21/jan	OPAS emite alerta para as Américas sobre novo conavírus	Texto; Link	518
28/jan	Primeiro diploma revalidado para refugiada venezuelano é entregue no AM	Texto; Link	461
07/fev	Crise climática: continente Antártico registra temperatura recorde de 18,3°C	Texto; Link	362
30/jan	Estudo indica que economia de Roraima evoluiu após chegada de venezuelanos	Texto; Link	331
24/jan	Prêmio para artigos científicos sobre política e gênero recebe inscrições	Texto; Link	302

04/fev	ONU abre inscrição para bolsa sobre Lei dos Oceanos- cita Agenda na legenda	Texto; Link	243
--------	---	----------------	-----

Fonte: Autoria própria.

A coleta sugere que a página era constantemente atualizada com notícias e informações sobre desenvolvimento em geral. Além de publicações próprias, eram feitos também compartilhamentos de conteúdo de páginas parceiras a ONU, como ONU Meio Ambiente ONU Mulheres, UNICEF e outros. Além disso, o formato mais utilizado era um link compartilhado do site da organização e transformado em post. Outros formatos com maior apelo visual, como uso de imagens e vídeos eram utilizados com menos frequência. Todos sempre continham um texto de apoio e informativo.

Os conteúdos que geraram maior interação através de curtidas e reações foram os mais discutidos atualmente por conta de sua importância ou polêmica envolvida, como o Coronavírus, a crise climática e os refugiados no país. Além desses posts, que muitas vezes possuíam caráter mais informativo e ativista, se destacaram posts que continham em seu assunto inscrições para bolsas e prêmios para trabalhos que envolvessem desenvolvimento sustentável. Aos fins de semana, os conteúdos não eram novos, mas sim repetidos de acordo com as postagens durante a semana, muitas vezes rendendo o mesmo volume de interação nas duas vezes em que foi compartilhado.

Na maioria das vezes, o assunto não fazia referência direta da Agenda 2030 e os ODS, porém praticamente todas as publicações referiam-se ao desenvolvimento sustentável, envolvendo os temas de todos os objetivos propostos pelo projeto da ONU. Nos textos de apoio que as publicações continham, muitas vezes era citado o projeto, mesmo que o assunto principal no link não fizesse referência direta.

A tabela a seguir ilustra os conteúdos mais compartilhados durante o monitoramento e a incidência de assuntos muito semelhantes a tabela anterior.

Tabela 2 - *Posts* mais compartilhados no Facebook da ONU Brasil

Data	Assunto	Formato	Compartilhamentos
21/jan	OPAS emite alerta para as Américas sobre novo conavírus	Texto; Link	1400
23/jan	Antisseminismo ainda ameaça sociedades democráticas	Texto; Link	449
07/fev	Crise climática: continente Antártico registra temperatura recorde de 18,3°C	Texto; Link	389
24/jan	Prêmio para artigos científicos sobre política e gênero recebe inscrições	Texto; Link	291
14/jan	Menos Lixo, Mais Praia: mais de 200 voluntários limpam areias cariocas	Texto; Link	286
20/jan	Relatório Social Mundial 2020- desigualdade é ameaça ao progresso social	Texto; Link	205
21/jan	Nações Unidas abrem inscrições para bolsas destinada a jornalistas	Texto; Link	200
04/fev	ONU abre inscrição para bolsa sobre Lei dos Oceanos- cita Agenda na legenda	Texto; Link	181

Fonte: Autoria própria.

As publicações mais compartilhadas seguiram a mesma linha das publicações mais curtidas, com temas que fazem referência ao atual contexto e, por isso, acabam sendo mais discutidos. Além dos conteúdos que sugerem a participação para bolsas e prêmios a respeito de assuntos que envolvem o desenvolvimento, assuntos relacionados à questão de gênero e meio ambiente também se destacaram entre os mais compartilhados. Observou-se que, geralmente, ocorreu uma relação entre as curtidas e compartilhamentos, sendo que as postagens mais curtidas possuem grandes chances de serem mais compartilhadas também.

Os comentários e seus conteúdos não foram analisados no momento, porém, durante o monitoramento, foi perceptível que as publicações com os maiores números analisados acabaram gerando também mais interação através de comentários do público. Entretanto, observou-se que não havia interação da ONU Brasil com o que era comentado pelos usuários.

As hashtags também não foram contabilizadas, pois percebeu-se que praticamente não era feito uso desse recurso. Acredita-se que atualmente elas são utilizadas em outras redes sociais que resultam em melhores resultados para seu uso, como o Instagram.

Em todos os conteúdos publicados, os assuntos mais relevantes do momento eram aproveitados para serem assunto na página, inclusive datas sazonais, como o dia das Mulheres na Ciência (fazendo referência a desigualdade de gênero), dia Internacional da Educação (fazendo referência a educação de qualidade para todos), entre outros.

Considerações Finais

O trabalho de monitoramento das atividades da página da ONU Brasil na plataforma Facebook, permitiu a análise da comunicação feita pela organização neste meio digital, a respeito de seu projeto específico, a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, e como o tema engloba a atividade de mobilização social desenvolvido em um meio que pode gerar interação com determinado público.

As postagens da organização eram consistentes durante a semana, pois eram publicados diariamente diversos conteúdos e de diversos assuntos, na maioria das vezes voltado para o link do site, onde o usuário poderia se aprofundar sobre aquele tema e ler a matéria completa. É importante que haja essa frequência, pois muitas páginas acabam sendo “esquecidas” por publicar apenas em determinados períodos e, assim, não conseguem engajar seu público, não gerando interesse.

A maioria dos posts foram de cunho informativo e não proporcionaram interação com o público, convidando a ações, como por exemplo as postagens sobre concursos de premiações. Importante ressaltar que as redes sociais tornaram-se um espaço de divulgação e mobilização para diferentes causas, mas para isso é necessário utilizar dos recursos e ferramentas disponíveis e os espaços disponibilizados para interação.

Os comentários, por exemplo, podem ser levados em consideração e respondidos, privilegiando o funcionamento do algoritmo da plataforma. Os conteúdos postados podem dar prioridade a outros formatos que gerem mais perguntas e interação, resultando também em curtidas e compartilhamentos.

A respeito da Agenda 2030 e os ODS, observou-se que não são citados diretamente, mas quase todas as publicações citam, de alguma maneira, os objetivos a serem alcançados, substituídos algumas vezes pelo nome “Década da ação”. Portanto, entende-se que a ONU Brasil cobre o tema dos ODS, dando prioridade ao desenvolvimento sustentável de maneira geral. Os textos

de apoio e a estética (ressaltando a diversidade) eram pensados de forma a priorizar ações para o país.

O meio digital, em especial, as redes sociais podem ser uma importante ferramenta para fortalecer o conhecimento a respeito da Agenda 2030 e os ODS e instigar a ação para promover o desenvolvimento. Porém, algumas estratégias podem ser aprimoradas para aproveitar o potencial do canal Facebook, de forma a fortalecer o debate e garantir que aja maior retorno para o perfil da ONU Brasil e os posts realizados.

Referências

BANDEIRA, Denize Daudt. A relação entre os processos de comunicação e cidadania. **Estudos**, Goiânia, v.38, n. 04, p. 571-584, out. /dez. 2011.

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

DEMO, Pedro. **Participação é conquista**. 3 ed. São Paulo, 1996.

HENRIQUES, Márcio Simeone. A comunicação e a condição pública dos processos de mobilização social. **Revista ação midiática**, Paraná, v.02, n.01, 2012.

HERZ, Mônica; HOFFMAN, Andrea Ribeiro. **Organizações internacionais: história e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus. Cidadania, ativismo e participação na internet: experiências brasileiras. **Comunicação e Sociedade**, v. 30, p. 297-312, 2016.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus; Et. Al. Comunicação e movimentos sociais: a atuação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação na internet. **Organicom**, São Paulo, ano 14, n.26, 1. sem. 2017.

OBJETIVOS de desenvolvimento sustentável. **Nações Unidas Brasil**, 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em: 14 jan. 2020.

SCHERER-WARREN, Ilse. Dos movimentos sociais às manifestações de rua: o ativismo brasileiro do século XXI. **Política e Sociedade**, Florianópolis, v.13, n.28, set. / dez. 2014.

SCHERER-WARREN, Ilse. Das mobilizações às redes de movimentos sociais. **Sociedade e Estado**, v. 21, n. 1, p. 109-130, 2006.



TORO, José Bernardo; WERNECK, Nisia Maria Duarte. **Mobilização social:** Um modo de construir a democracia e a participação. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

VOLPATO, Alana Nogueira, Et. Al. Visibilidade Como Estratégia, Estratégias de Visibilidade: Movimentos sociais contemporâneos na internet. **Revista ECO-Pós**, 22(1), 352-383, 2019.