



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Mediatização da cidadania: a luta por visibilidade dos movimentos sociais

Mediatization of citizenship: the fight for visibility of social movements

Aline Benso

Bruno José Fiorini

Luciana Menezes Carvalho

Palavras-chave: mediatização; mídias sociais; *Instagram*; visibilidade, cidadania.

Introdução

O ambiente social contemporâneo é rico em informações, caracterizando-se pela pluralidade de fontes e pelo crescente acesso dos cidadãos aos meios técnicos de produção e distribuição de mensagens. A produção e difusão de imagens, vídeos e informações já não é de uso exclusivo da indústria cultural (THOMPSON, 2011), sendo parte de um ecossistema complexo cuja processualidade ocorre pelas lógicas da mediatização (HJARVARD, 2014, 2015; FAUSTO NETO, 2006). A apropriação e os usos de diferentes meios passam a ser instrumento de luta de diferentes grupos, especialmente dos que atuam pela coletividade, ainda mais no âmbito de estratos sociais em que há distanciamento geográfico e político dos centros de poder. É o caso dos movimentos sociais e coletivos de cidadãos que, cada vez mais, utilizam as mídias digitais em suas estratégias por visibilidade e engajamento. Nesses meios, os grupos passam a construir ambientes midiáticos em que não mais dependem da mídia tradicional para ter voz. Tratam-se de perfis e páginas em sites e aplicativos sociais, como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, em que os movimentos dialogam



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

diretamente com seus públicos, rompendo os gargalos da mídia hegemônica e, muitas vezes, pautando essa mídia por meio de seus conteúdos. Entendemos, assim, que há uma potencialidade, nas mídias digitais, para que seja construída, mantida ou ampliada a visibilidade desses movimentos, o que ocorre por meio da midiática da atuação cidadã dos sujeitos.

É para entender esses processos de luta por visibilidade que nos propusemos a estudar como acontece a midiática da cidadania no perfil do *Instagram* do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST). Justifica-se a escolha do objeto, ainda, devido à importância da luta pela reforma agrária, que assumiu maior relevância no momento contemporâneo da história do Brasil, como todas as lutas populares orientadas pela reivindicação do cumprimento da lei e dos direitos sociais nela assegurados (SOUZA, 2011, P.8).

Entendemos os movimentos sociais pela definição de Gohn (2004, p. 251), ao explicá-los como “[...] ações sociopolíticas construídas por atores sociais coletivos pertencentes a diferentes classes sociais, articuladas em certos cenários da conjuntura socioeconômica e política de um país, criando um campo político de formas na sociedade civil”.

Tentaremos mostrar neste breve estudo os limites e as possibilidades da construção de um sistema de expressão que amplia os poderes locais, que dá voz à sociedade, ecoando nos meios eletrônicos a agenda de problemas relacionados ao bem comum, sendo potencialmente transformador de processos sociais.

Metodologia

Delimitamos como objeto de estudo o perfil do *Instagram* @movimentosemterra, que representa nessa mídia social o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Cabe destacar que o *Instagram* é a segunda mídia social mais utilizada no país, ficando atrás apenas do *Facebook*, segundo o site



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

TecMundo . Sendo assim, essa mídia social se torna um potencial meio para construção da visibilidade do MST.

Como objetivo geral, pretendemos estudar como acontece a mediação da cidadania no perfil do MST no Instagram. Temos como objetivos específicos: pontuar a visibilidade do MST no perfil do Instagram; descrever as estratégias de visibilidade no perfil do Instagram do MST; e analisar a construção da cidadania por meio do perfil do Instagram do MST.

Neste trabalho vamos usar a análise de conteúdo (AC) como procedimento metodológico. Para tanto vamos utilizar uma ‘semana construída’ para o recolhimento de conteúdos e observação não participante no perfil do Instagram do MST. Segundo Franco (2010, p. 86), a ‘semana construída’ consiste em iniciar o trabalho de análise em um “determinado dia da semana e, na semana seguinte, dar-lhe sequência utilizando o dia posterior, e assim por diante, até que todos os dias fossem analisados”. Para Herscovitz (2008) o método de pesquisa em AC condiz em recolher e analisar textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital a partir de uma busca aleatória ou não do objeto estudado.

Como hipótese deste trabalho, acreditamos que é possível construir, manter e ampliar a visibilidade midiática do MST e outros movimentos por meio do Instagram. Nesta perspectiva, podemos observar que, nas mídias consideradas massivas, a pouca visibilidade que os movimentos recebem, geralmente, está voltada para um processo de marginalização e criminalização desses movimentos. Desta forma, a mediação pode ajudar na visibilidade midiática que os movimentos sociais precisam, tornando a relação entre esses, seus públicos e sociedade mais próxima e independente.

Podemos aferir que a mediação da cidadania acontece quando o MST posta no seu perfil do *instagram* imagens e vídeos que pautem lutas por direitos e ou os trabalhadores rurais exercendo o direito a democracia. Deste modo, o MST em uma visão geral faz os seus posts voltados para lutas, pois esse movimento luta por



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

redistribuição igualitária de terras e isso nunca deixa de estar presente, seja em espaços online ou em espaços offlines.

Referencial Teórico

Para o desenvolvimento desta análise partimos do entendimento de que os meios de comunicação alteraram os processos culturais da sociedade (HJARVARD, 2014) de tal modo que já não podemos mais separá-los do ambiente em que estão inseridos. Parafraseando uma das metáforas deixadas por McLuhan, Penteado e Renó (2016, p. 05) afirmam que “[...] os meios são para os seres humanos como a água é para os peixes: por ser o ambiente no qual eles vivem, a água influencia diretamente o seu modo de vida, sem que eles percebam que estão dentro dela”.

Para Barichello (2017), os meios de comunicação já não podem mais ser entendidos como meras ferramentas utilizadas para atingir os seus fins, pois a mídia tornou-se parte do tecido social e também uma instituição independente, em um processo que afeta instituições, organizações e indivíduos em suas relações e interações.

A sociedade e os processos sociais já estão amalgamados em redes, digitais, convergentes, multimídias (RUBLECKI, 2012, p. 19). Podemos notar isso, “na medida em que o espaço público é progressivamente compartilhado pelos cidadãos que discutem as informações recebidas pelas mídias” (MARTINO, 2015, p. 336). Esse processo pelo qual a sociedade vem passando desde os anos 1970 (REGUILLO, 2017) é um conceito estudado pela comunicação, chamado midiatização.

Muitos autores debruçam-se atualmente sobre esta teoria da comunicação. Para este trabalho vamos utilizar as perspectivas do dinamarquês Stig Hjarvard (2012, 2014, 2015), quando se refere aos processos por meio dos quais a cultura e sociedade tornam-se cada vez mais dependentes das mídias e suas lógicas (HJARVARD, 2015). Carvalho



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

(2018) pontua que como meta-conceito a midiatização pode ser entendida como a perspectiva de um novo ambiente sociocultural, no qual as mídias estão diretamente ligadas, “[...] por exemplo, em novos arranjos políticos, religiosos ou artísticos que as têm como parte das suas estratégias de visibilidade, ou mesmo de elaboração estética” (CARVALHO, 2018, p. 92).

Fausto Neto (2006, p. 15) entende a midiatização como um processo maior do que as concepções de funcionalidades e instrumentalidades. Para o autor, a midiatização tanto na “técnica quanto linguagem são dispositivos mais complexos agindo e construindo a própria vida social, diferentemente da noção em que os meios são entendidos como instrumentos a serviço de uma causa”.

As mídias sociais (re)configuraram espaços que antes eram formados pelas lógicas massivas de comunicação (um para muitos). Esses espaços de horizontalidade de fala possibilitou uma nova forma de se indignar com as situações. Segundo Malini(2017) as mídias sociais potencializaram as formas de protestos e manifestações. Agora já não é mais necessária a representação de sindicatos nos manifestos. Essa nova estrutura é pensada por Nunes (2013, disponível online) como “um movimento de massa sem organizações de massa”.

Malini (2017) acentua que as mídias sociais deram uma nova cara para o ativismo, ou nas palavras do autor, as mídias potencializaram a “mutação do ativismo” (p. 22). Para o autor, a ideia de “um movimento de massa sem a organização de massa” (NUNES 2013, online) surge com a internet e suas potencialidades nas redes sociais digitais. Nesta crescente modificação nas formas de ativismo, Malini (2017) argumenta que o Estado precisou aprender a dar respostas rápidas aos manifestos e aos manifestantes, pois, assim como nas mídias sociais, os manifestos se aceleravam e ganhavam formas nacionais.

Reguillo (2017) cita algumas das maiores indignações populares em diferentes países em torno do mundo.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Da Tunísia ao Brasil, passando pela Espanha, Chile, Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, México, acontecem, uma após outra, revoltas, protestos, ocupações que parecem compartilhar três características básicas: uma forte carga emocional em sua expressão e articulação; uma interessante dimensão festiva; e uma emergente forma ou formas organizativas que descentralizam as lideranças e combinam o ativismo nas ruas e nas redes digitais (REGUILLO, 2017, p. 108).

Um exemplo recente das indignações que surgiram nas mídias sociais e tomaram forma nas ruas foram as mobilizações nacionais do #EleNão . Essa mobilização teve início nas mídias sociais e, após diálogos entre grupos que desaprovavam as ideias do então candidato à presidência do Brasil, Jair Bolsonaro, tomaram as ruas das capitais e cidades brasileiras.

As mídias, em especial as sociais digitais, deram uma nova forma aos processos sociais. Agora esses processos são capazes de ditar as normas da visibilidade, ou algo está visível ou ele não existirá (KARHAWI, 2015). Thompson (1998, p. 215) afirma que “desde o advento da imprensa e especialmente da mídia eletrônica, lutas por reconhecimento se tornaram cada vez mais lutas pela visibilidade dentro de espaços não localizados de publicidade mediada”.

Nessa constante busca por visibilidade, Barichello (2004) explica que “os diversos campos sociais lutam para tornar públicos os acontecimentos considerados relevantes e busca, através da exposição na mídia, a aprovação das sociedade e sua legitimidade” (2014, p. 73). Podemos aplicar o que a autora pontua na análise dos movimentos sociais, em um recorte especial para o nosso objeto de estudo, o MST, pois é na exposição midiática que ele encontra visibilidade para os acontecimentos relevantes que, em outra hora, não era visto nos meios massivos.

Fossá, Pinto e Valle (2014) explicam que os movimentos sociais caracterizam-se por um ponto bem relevante em suas ações: a busca por visibilidade. “Nesse sentido,



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

constrói ações que captam a atenção dos meios de comunicação, assim como a do público que pode tornar-se um futuro apoiador da causa” (FOSSÁ, PINTO; VALLE, 2014, p. 02). Nesta busca por visibilidade e apoiadores, os movimentos sociais buscam estratégias de comunicação tanto nos ambientes físicos como nos ambientes digitais, ou no ciberespaço. Esse ativismo feito nos ambientes digitais é visto por Fossá, Pinto e Valle (2014) como o ciberativismo.

Portanto, o ciberativismo faz emergir uma concepção alargada de política, ou seja, uma ascensão de questões do cotidiano na agenda pública: “movimentos sociais e redes pelas quais articulam o seu discurso na busca por visibilidade, credibilidade e legitimidade” (FOSSÁ, PINTO; VALLE, 2014, p. 09).

Referências bibliográficas

BARICHELLO, Eugenia Maria Mariano da Rocha. **Visibilidade midiática, legitimação e responsabilidade social: dez estudos sobre as práticas de comunicação na universidade.** Santa Maria: FACOS/UFSM, 2004.

_____. Visibilidade e Legitimidade na Atual Ecologia Midiática. **Estudos em Comunicação**, nº 25, vol. 2, dezembro, 2017. Disponível em: <https://goo.gl/SbTBCu>. Acesso: 26 nov. 2018.

CASTELLS. Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da Internet.** Tradução Carlos Alberto Medeiros- 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CARVALHO, Carlos Alberto de. Com a mídia, sem a mídia, contra a mídia: reflexões sobre processos de mediação e limites do midiacentrismo. In. **Textualidades midiáticas** / Organizadores Bruno Leal, Carlos Alberto Carvalho, Geane Alzamora. – Belo Horizonte: PPGCom/UFMG, 2018.172 p. (Olhares Transversais). Disponível em: <https://goo.gl/cM261b>. Acesso: 25 nov. 2018.

FAUSTO NETO, Antônio. Mediação, prática social – prática de sentido. **Anais... 15º Encontro Anual da COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação**



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

em Comunicação. UNESP-Bauru, 6 a 9 de junho de 2006. Disponível em: <https://goo.gl/MPA6xF>. Acesso: 25 nov. 2018.

GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. 4. Ed. São Paulo: Loyola, 2004.

GUINDANI, Joel Felipe. **A construção da cidadania na Rádio Terra Livre**. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/9qJmpe>. Acesso: 26 nov. 2018.

HERSOVITZ, Heloisa Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In. LAGO, Cláudia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

HJARVARD, Stig. Da **Mediação à Mediatização**: a institucionalização das novas mídias. Parágrafo. Jul./Dez. 2015 V. 2, N. 3 (2015) ISSN: 2317-4919. Disponível em: <https://goo.gl/eZZNDV>. Acesso: 25 nov. 2018.

KARHAWI, Issaaf. Espetacularização do Eu e #selfies: um ensaio sobre visibilidade midiática. **Anais...** Congresso Internacional de Comunicação e Consumo. Comunicom 2015. 5 a 7 de outubro 2015. PPGCOM ESPM. São Paulo. Disponível em: <https://goo.gl/3CBgCa>. Acesso: 26 nov. 2018.

MALINI, Fábio. Internet é uma máquina que potencializa minorias. Entrevista especial com Fábio Malini. **IHU On-Line**. Revista do Instituto Humanitas Unisinos - IHU. EDIÇÃO 502, 07 Abril 2017. Disponível em: <https://goo.gl/CDHDCx>. Acesso: 23 nov. 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes** / Luís Mauro Sá Martino. 2. Ed. – Petrópolis, RJ : Vozes, 2015.

MARTINS, José de Souza. **A Política do Brasil: lúmpen e místico**. São Paulo: Contexto, 2011.

NUNES, Rodrigo Guimarães, A organização dos sem organização: oito conceitos para pensar o “inverno brasileiro”. **ACERVO ONLINE**. agosto 12, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/84Z3oa>. Acesso: 23 nov. 2018.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

PENTEADO, Julia Dantas de Oliveira; RENÓ, Denis Porto. Jornalismo e a ecologia dos meios: uma relação simbólica. **Anais...7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo**. 5 a 7 de outubro 2016. Disponível em: <https://goo.gl/wy2x3N>. Acesso: 26 nov. 2018.

RUBLESKI, Anelise. Jornalismo líquido e a webnotícia profissional: metamorfoses produtivas, deslocamentos conceituais e o duplo estatuto das notícias. **Estudos em Jornalismo e Mídia** - Vol. 9 N° 1 – Janeiro a Junho de 2012 ISSN 1984-6924. Disponível em: <https://goo.gl/PwLYvJ>. Acesso: 25 nov. 2018.

REGUILLO, Rossana. Imaginação e protesto: comunicação e subjetividade. In. **Comunicação e territorialidade [recurso eletrônico]: poder e cultura, redes e mídias / Daniel Zanetti e Ruth Reis (orgs.)**. – Dados eletrônicos. – 1. Ed. – Vitória : EDUFES, 2017. 233p. Disponível em: <https://goo.gl/AGV3mY>. Acesso: 25 nov. 2018.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 11. Ed. São Paulo: Cortez, 2006.

SILVA, José Gomes da. **A reforma agrária no Brasil: Frustração camponesa ou instrumento de desenvolvimento?** Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

THOMPSON, J.B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Tradução do Grupo de Estudos sobre Ideologia, comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia da PUCRS. 9 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.