

## Os opostos se parecem: visibilidade de movimentos sociais em plataformas digitais<sup>1</sup>

Alana Nogueira Volpato<sup>2</sup>  
Carla Negrin Fernandes de Paiva<sup>3</sup>  
Caroline Kraus Luvizotto<sup>4</sup>

### Resumo

Com os processos de midiaticização de caráter digital, as distorções e assimetrias da visibilidade se tornam mais complexas, de acordo com as condições de acesso aos variados meios de comunicação. Entender as novas dinâmicas e regras da visibilidade midiaticizada é fundamental para movimentos sociais e ativistas que precisam lidar com as formas pelas quais se prioriza conteúdo em plataformas de redes sociais e mecanismos de busca. Neste artigo, pretendemos observar como dois movimentos sociais opostos agem em um mesmo contexto interacional que oferece lógicas – regras e recursos – para as interações. Para isso, analisamos as postagens de duas organizações no Facebook. Discutimos de que forma a comunicação dos movimentos se assemelha, atendendo a critérios de visibilidade da plataforma, ou se diferencia, evidenciando suas identidades distintas.

### Palavras-chave

Midiaticização; Visibilidade; Estratégia; Movimentos sociais; Contramovimentos.

### Introdução

Como os demais atores políticos contemporâneos, movimentos sociais sustentam um largo espectro de interações com mídias e tecnologias de comunicação para direcionar atenção pública de acordo com seus interesses. As pessoas responsáveis por pensar a comunicação nos movimentos sociais agem de acordo com sua experiência, as bases políticas-ideológicas do movimento e as opções socialmente disponíveis de interação para fazer reivindicações públicas e ampliar suas chances de influenciar o sistema político institucional e a própria sociedade.

Acessar espaços de visibilidade é fundamental para grupos subalternos e minorias que, tornando-se visíveis para aqueles que não constituem tais grupos, passam a ser reconhecidos, a existir para outros e, potencialmente, conquistar relevância social (SPURK, 2013). Dessa

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na modalidade Comunicações Livres, atividade integrante do XVIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação – UNESP. Vice-líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais (ComMov). E-mail: alana.volpato@unesp.br

<sup>3</sup> Doutorando e Mestra em Comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação – UNESP. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais (ComMov). E-mail: carlanegrin@gmail.com.

<sup>4</sup> Doutora em Ciências Sociais pela Unesp - Universidade Estadual Paulista. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp. Professora Visitante Sênior na Technische Universität Dortmund, Alemanha (2023). Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais (ComMov). E-mail: caroline.luvizotto@unesp.br.

forma, ações coletivas de protesto buscam alterar as dinâmicas estabelecidas e dominantes de distribuição da visibilidade (JIMÉNEZ-MARTÍNEZ, 2020).

Com a necessidade de obter ou direcionar visibilidade, movimentos sociais lidam com meios massivos, mídia independente, desenvolvem seus próprios meios de comunicação com a sociedade. Entender as novas dinâmicas e regras da visibilidade midiaticizada é fundamental para movimentos sociais e ativistas que antes se preocupavam com critérios de noticiabilidade, linhas editoriais, padrões profissionais do jornalismo e precisam agora lidar com as formas pelas quais se prioriza conteúdo em plataformas de redes sociais e mecanismos de busca. Nas diferentes plataformas de busca ou nos sites de redes sociais, algoritmos, políticas e estruturas de programação cumprem a função de filtrar, classificar e direcionar conteúdo.

Bucher (2012) explica que os critérios de ranqueamento atendem a uma demanda de mercado e podem criar uma ameaça de invisibilidade àqueles que não se adequem aos padrões estabelecidos. Para Machado e Miskolci (2019), essa relação contribui para interações orientadas por uma lógica de competição que não necessariamente privilegia uma comunicação pautada na democratização dos espaços, na diversidade de opiniões ou na veracidade dos fatos. Prudêncio (2020) questiona se as lógicas que amparam interações em redes digitais não favorecem, justamente, o ativismo antipolítico e individualista.

Com os processos de midiaticização, as distorções e assimetrias da visibilidade se tornam mais complexas, de acordo com as condições de acesso aos variados meios de comunicação para os diferentes atores sociais e políticos. Neste artigo, pretendemos observar como dois movimentos sociais opostos agem em um mesmo contexto interacional que oferece lógicas – regras e recursos – para as interações. Para isso, analisamos as postagens de duas organizações no Facebook: Levante Popular da Juventude alinhado às lutas por justiça social, democratização e fortalecimento do poder popular, e o Movimento Brasil Livre como uma força reacionária de moral conservadora.

Utilizamos a técnica de Análise de Conteúdo, que oferece “um conjunto de técnicas de análises das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2011, p. 44). Coletamos postagens realizadas no mês julho em diferentes anos, de 2017 a 2020. Realizamos a extração das postagens do Facebook de ambos os movimentos por meio do site Fanpage Karma, que oferece ferramentas de monitoramento de plataformas de redes sociais e possibilita exportar dados de postagens.

Selecionamos para compor nosso corpus as dez postagens de cada movimento que obtiveram melhores resultados em termos de visibilidade na plataforma, identificadas por meio da quantidade de compartilhamentos. O corpus é composto por 80 publicações. Uma limitação

desse recorte é focar apenas nas práticas que alcançaram desempenhos satisfatórios, descartando as tentativas que tiveram o resultado oposto. Também não é possível perceber quais os padrões de comunicação praticados pelos movimentos de forma recorrente, ligados às suas lógicas próprias, independentemente de seu resultado em termos de visibilidade.

Com isso, queremos refletir de que forma a comunicação dos movimentos se assemelha, atendendo a critérios de visibilidade da plataforma, ou se diferencia, evidenciando suas identidades distintas. Na sequência, apresentamos alguns conceitos importantes para a pesquisa, tratando das transformações dos repertórios de ação coletiva com os processos de midiaticização, as escolhas estratégicas de movimentos sociais diante de arenas e outros jogadores para, então, apresentar os objetos da pesquisa, descrever os dados da análise, refletindo sobre a visibilidade de movimentos sociais em plataformas digitais.

### **Escolhas estratégicas e processos de midiaticização**

Nas disputas por visibilidade, movimentos sociais precisam optar dentre as possibilidades de direcionamento da atenção pública considerando sua identidade coletiva, seus recursos, seus objetivos, as oportunidades e os riscos envolvidos, como também as expectativas de reação dos demais atores sociais. Lidam, portanto, com o conhecimento já acumulado e compartilhado sobre as formas de se fazer tais reivindicações, os repertórios de ação coletiva, entendidos como “padrões de ação que estão culturalmente disponíveis aos atores em um determinado contexto sócio-histórico” (TILLY, 2010, p. 147).

Enquanto determinadas formas de ação oferecem resultados positivos, continuam a ser acionadas. Quando atores recorrem ao conhecimento acumulado disponível e fazem pequenas alterações nas performances, incorporam mudanças às práticas já estabelecidas. Essas variações realizadas de forma pontual, se forem percebidas como eficazes, passam a ser emprestadas por outros atores frequentemente, sendo generalizadas e acrescentadas aos repertórios.

Os processos de mobilização e reivindicação pública, que encontram alguma estabilidade na construção dos repertórios de ação coletiva, são transformados com a crescente presença de interações midiaticizadas nas práticas dos movimentos sociais. Ao participarem de interações midiaticizadas, diferentes atores recorrem aos recursos materiais e simbólicos da mídia, instituição autônoma que desenvolveu lógicas próprias em torno das atividades de comunicação, incluindo as regras e normas, explícitas ou implícitas, disponibilizadas socialmente. As lógicas de mídia passam a ser utilizadas por atores externos a esse campo

social, influenciando suas práticas e sendo, ao mesmo tempo, reelaboradas, levando a resultados variados (BRAGA, 2015).

Os meios de comunicação de massa e as tecnologias digitais, juntos, permeiam a sociedade e fazem com que cada vez mais participantes sociais realizem interações que passam pela mídia. São as interações, desenvolvidas pelos indivíduos na vida cotidiana, em um dado contexto, com base em lógicas estabelecidas e outras ainda instáveis, que geram processos de mudança advindos das relações entre mídia e sociedade.

As organizações de movimentos sociais, com mais ou menos facilidade, a depender de uma série de fatores, buscam adaptar suas estratégias acionando os repertórios de ação coletiva típicos dessa ambiência, fazendo experimentações. Nesse sentido, Della Porta e Pavan (2021) defendem que no contexto de interações midiáticas de caráter digital, não cabe tratar o ativismo digital como forma alternativa de buscar a transformação da realidade, mas como parte de repertórios híbridos de ação coletiva.

A abordagem da estratégia é produtiva para refletir sobre os desafios, limitações e contradições que a midiática dos repertórios de ação coletiva coloca para os movimentos sociais. Jasper et al (2015) entendem que a estratégia de movimentos sociais é composta por dimensões que envolvem os jogadores, seus objetivos (ou fins), as arenas nas quais o jogo se desenrola e os meios utilizados.

Os jogadores que participam estrategicamente de interações com outros podem ser indivíduos ou grupos que demonstrem uma relativa unidade em torno de seus objetivos. Estes, por sua vez, são adaptados de acordo com as situações e o desenrolar dos acontecimentos. Podem surgir novos objetivos que parecem mais urgentes em um dado momento e outros que podem ser postergados, a depender do contexto e da interpretação dos jogadores. Arenas são os ambientes em que se dão os engajamentos estratégicos, oferecendo um conjunto de “regras e recursos que permitem ou encorajam certos tipos de interações, com algo em jogo” (JASPER *et al.*, 2015, p. 401, tradução nossa).

Entendemos que o campo de visibilidade pública constitui a arena imaterial em que as performances de movimentos sociais circulam, encontrando a de outros jogadores, de acordo com os próprios objetivos. Com a prevalência de interações midiáticas, as movimentações são orientadas por lógicas oferecidas pela mídia, que indicam quais ações podem conquistar melhores resultados em termos de visibilidade. Os espaços de circulação mais restritos, em que determinadas lógicas operam com mais incidência, constituem subarenas, com regras específicas, que podem se alterar e sofrer influência de jogadores e de outras subarenas (VOLPATO, 2022).

Nesta pesquisa, o Facebook é considerado uma subarena da esfera de visibilidade pública, que tanto oferece recursos quanto delimita as regras de distribuição de visibilidade na plataforma. Os diferentes atores que pretendem conquistar atenção pública precisam lidar com essas lógicas, considerando suas formas preferenciais de ação, seus objetivos e os de outros jogadores.

## **Movimentos e Contramovimentos**

Os movimentos sociais tornaram-se objeto de estudo de áreas como a Sociologia, Ciências Políticas e Comunicação, entre outros, não apenas arraigando largo espaço de debate, mas consolidando-se enquanto objeto de estudo compreendidos em sua organização, estrutura e características, sem maior abrangência sobre oponentes que estabelecem uma relação contrária perante os interesses dos movimentos sociais. Devido à sua mobilização, visibilidade, transformações sociais e políticas almejadas e, eventualmente, alcançadas, os movimentos suscitam a oposição de certos grupos, compreendidos como contramovimentos, que pretendem estabelecer uma contramobilização.

Diversos autores sustentam que os contramovimentos devem ser analisados por meio dos mesmos recursos e categorias analíticas utilizados para a compreensão de movimentos, pois sua dinâmica interacional produz convergências de valores, táticas e objetivos (MOTTIL, 1980; ARAGUSUKU, 2022; LO, 1982). Compreende-se que existe uma relação de influência e jogo de ações entre movimentos e contramovimentos sociais, contudo, esse último sendo negligenciado pelo campo de estudos de movimentos sociais que, de forma geral, centra-se em mobilizações de caráter progressista (SILVA; PEREIRA, 2020).

A literatura da área também utiliza o termo “movimentos sociais regressivos” visto que, ao contrário dos movimentos sociais que possuem como perspectiva a ampliação de direitos sociais, esses visam promover ações de regressão de direitos e limitar a posse de bens materiais, simbólicos e sociais. No Brasil, esses movimentos ganharam proeminência a partir das Jornadas de Junho de 2013, mas são um fenômeno em ascensão internacional que formulam estratégias especialmente nas mídias digitais e possuem concepções reacionárias (MARTINS, 2018). Os movimentos sociais regressivos, portanto, possuem caráter conservador e reacionário, interesses bem definidos e se utilizam de estratégias variadas de atuação. Sendo assim, assumem também as características de possuírem opositores, uma identidade e/ou bandeira de luta, projeto de sociedade e práticas de mobilização social, como os movimentos sociais.

Os contramovimentos, por sua vez, não são exclusivamente conservadores. De acordo com Meyer e Staggenborg (1996), eles devem ser caracterizados de acordo com seu surgimento, posterior e em resposta a um movimento social, construindo enquadramentos a repertórios em referência direta ao seu opositor. Dorf e Tarrow (2014) apresentam os atores sociais que iniciam um ciclo de confronto como “movimento” enquanto que aqueles que respondem a ele podem ser definidos como “contramovimentos”. Eles confrontam as ações dos movimentos visados e se organizam em torno de temáticas de seu interesse, promovendo um embate político de ideias.

Dessa forma, contramovimentos são compostos por indivíduos e organizações que compartilham das mesmas preocupações e surgem em oposição aos movimentos sociais, fazendo reivindicações concorrentes a respeito de questões políticas, de forma a disputar a atenção da mídia e da opinião pública (MEYER; STAGGENBORG, 1996). Nessa dinâmica, Aragusuku (2022) salienta que contramovimentos envolvem uma diversidade de indivíduos, organizações e redes políticas que se unificam em torno da oposição às demandas promovidas por movimentos feministas e LGBTQIA+, por exemplo. Movimentos e contramovimentos são compostos por atores coletivos e também indivíduos que não requerem um vínculo formal com uma organização e isso não os destitui de outros lugares de pertencimento.

A emergência de contramovimentos relaciona-se a capacidade de mobilização, apoio e visibilidade conseguidos por um movimento social em um dado contexto, como também às suas conquistas concretas. A simples ação na defesa de propostas seria uma forma de ameaçar os afetados pelas mudanças buscadas. “Não é a mobilização do movimento, mas a mudança política real que cria as queixas e sugere oportunidades de mudança” (BANASZAK; ONDERCIN, 2010, p. 7). Silva (2020) destaca a perspectiva relacional entre movimento social e contramovimento, a fim de analisar os efeitos desse e como ambos os atores se influenciam mutuamente em uma relação simbiótica, na definição de suas estratégias, de acordo com os resultados ou visibilidade alcançados.

## **Objetos da pesquisa**

Selecionamos para esta pesquisa duas organizações dedicadas à mobilização, formação política e reivindicação pública que podem ilustrar dinâmicas de movimentação e contramovimentação. Um movimento social, o Levante Popular da Juventude (Levante), e um movimento social regressivo, o Movimento Brasil Livre (MBL). Ambos têm uma característica multitemas, propondo enquadramentos em torno de posições ideológicas opostas para diferentes questões que concentram atenção no debate público. Com base em pesquisa

documental, segue uma breve apresentação de cada um para que o leitor possa conhecer sua orientação estratégica geral, sua identidade e suas formas preferenciais de ação.

O Levante é um movimento que pretende organizar a juventude brasileira no campo popular, criado como impulso de organizações desse campo, como Consulta Popular, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), entre outros ligados à Via Campesina. Com base em experiências de diálogo com a juventude desempenhadas por integrantes dessas organizações, o movimento se nacionaliza em 2012 com duas ações importantes: o primeiro acampamento nacional, que reúne jovens de 17 estados brasileiros; e os escrachos aos torturadores da ditadura civil-militar em todo país.

Assim, cria a oportunidade para aglutinar em torno de uma única organização jovens que já militavam em outros movimentos (SANTOS; CRUSOÉ, 2017), e busca organizar jovens da periferia em torno das discussões propostas por essa rede, no intento de fomentar a luta do campo popular no meio urbano. Atua em três frentes: a territorial, em periferias urbanas; a estudantil, articulada ao movimento estudantil secundarista e universitário; e a camponesa, dialogando com a juventude organizada nos movimentos rurais (LEVANTE, 2012).

Para desenvolver suas lutas, o Levante tem como método de trabalho o Agitprop, que combina a Agitação, voltada a comunicar mensagens simples para a maior quantidade de pessoas possível, e a Propaganda, que pretende aprofundar as mensagens para um conjunto mais restrito de pessoas. As formas de ação são variadas e abrangem aquelas mais baseadas em formas de expressão da cultura popular até as mais próximas do campo da comunicação. O Levante frequentemente se vale de oficinas de muralismo, paródias, teatro, percussão, que são inseridos em protestos, ocupações e marchas, (RUSKOWSKI, 2009), ou compõem produções audiovisuais que circulam em páginas de redes sociais e canais de televisão, experimentando as possibilidades disponíveis nesta ambiência midiática (LEVANTE, 2014).

O Levante valoriza a unidade em torno de uma identidade comum e orienta suas ações em uma lógica coletiva. Oferece “a possibilidade de estar organizado/a coletivamente para viver e para lutar”, já que “Fora da organização as ações de um indivíduo, por mais politizadas que sejam, não têm sucesso” (LEVANTE, 2012, p. 11).

Cada integrante do movimento participa de células, pequenos grupos coordenados por duas pessoas, organizados em territórios onde desenvolvem atividades de base. O enraizamento em uma base territorial em bairros ou escolas garante uma articulação de caráter comunitário (LEVANTE, 2012). A participação em grupos vinculados a um território demanda um compromisso continuado com outros sujeitos e, assim, a organização do movimento vai “reestabelecendo os laços associativos e a ação coletiva” (LEVANTE, 2014, p. 9).

Já o MBL é fundado oficialmente em 2014, resultante de um processo de articulação iniciado no ano anterior na esteira das mobilizações de junho de 2013, intensificado por uma série de acontecimentos políticos subsequentes (como o golpe em Dilma Roussef e a prisão de Lula) que criaram uma conjuntura favorável para as direitas no país. É idealizado como uma *startup* que pretendia reunir características tanto de um *think tank* liberal quanto de um movimento de ação direta. Além do ativismo digital, aciona os repertórios de protesto de que tradicionalmente se valem os movimentos progressistas.

O movimento defende valores conservadores e políticas liberais, a livre iniciativa do indivíduo, a meritocracia e o empreendedorismo, enquanto atua deliberadamente pela redução de direitos e da capacidade do Estado em garanti-los, colaborando para a construção de uma cidadania regressiva no Brasil (MARTINS, 2018). Para além de defender o ideário neoliberal, o MBL estabelece relações com o poder político institucional em âmbito municipal, estadual e federal, não apenas pela pressão por meio do ativismo, mas também concorrendo às eleições para diferentes cargos (MBL, 2015).

A atuação de organizações como a Atlas Network no Brasil foi fundamental para a construção do contramovimento, seja por oferecer formação, modelos, ferramentas e recursos; ou por criar oportunidades de vinculação em eventos realizados por organizações parceiras, reunindo pessoas com afinidades ideológicas e conhecimento partilhado sobre formas de ação. As plataformas de redes sociais também contribuíram para esses contatos, por meio da projeção de jovens de direita que conquistaram atenção da imprensa com conteúdos virais, ou pelas discussões em fóruns, como os grupos do Facebook (SANTOS, 2019; KATAGUIRI, 2019).

O movimento já se organizou em diferentes cidades e estados brasileiros por meio de Núcleos, com coordenações locais, mas também é possível participar como apoiador por meio de grupos viabilizados por interações digitais baseadas em diferentes plataformas, como Facebook, Telegram, WhatsApp ou Discord; ou em plataformas do próprio movimento, como a Academia MBL, que pretende formar politicamente e organizar as bases do movimento, independentemente da inserção territorial dos membros.

Há um foco em projetar figuras políticas, em uma atuação personalista, coerente com a posição política que valoriza a autonomia, a independência, a primazia do individual sobre o coletivo (SANTOS, 2019). A vinculação entre indivíduos não depende de sua inserção territorial. Foi originada e é alimentada, principalmente, por interações amparadas por recursos de comunicação digital, que materializam uma rede de indivíduos conectados.

Embora a criação do MBL não possa ser atribuída aos sucessos políticos do Levante, essas organizações demonstram a intensa mobilização em rede disputando a juventude no Brasil

em um mesmo tempo histórico e podem embasar reflexões sobre as dinâmicas interacionais do debate público contemporâneo. São jogadores opostos disputando em uma mesma arena, em um mesmo contexto, acionando repertórios de ação coletiva midiáticos de acordo com sua orientação estratégica geral e seus objetivos finais.

### **Visibilidade em plataformas digitais**

Pretendemos, na sequência, descrever as características das postagens feitas no Facebook pelas duas organizações que conseguiram os melhores resultados em termos de visibilidade entre os anos de 2017 e 2020. Nossa análise pretende abordar três pontos: características das imagens utilizadas; acionamento de incentivos oferecidos em meios digitais; e formas convencionais de uso dos repertórios de ação.

As imagens disponíveis nas publicações assumem formatos variados: são fotografias com sobreposição de texto, montagens mais elaboradas que envolvem outros elementos visuais além da fotografia, memes, *prints* de postagens em outras redes sociais e artes gráficas elaboradas predominantemente ou exclusivamente com elementos gráficos. Em alguns aspectos, as imagens dos movimentos se diferenciam.

As do MBL, por exemplo, costumam ter mais texto que as do Levante. O MBL geralmente não utiliza o campo de texto para aprofundar ou oferecer informações complementares sobre os assuntos tratados nas imagens, fazendo com que o conteúdo das mensagens esteja integralmente inserido nas imagens. Das 21 postagens que utilizam o recurso da imagem no período, 13 (61%) dependem principalmente das informações disponibilizadas na imagem para passar a mensagem, não indicando outras fontes ou aprofundando informações no campo destinado ao texto.

As do Levante, por sua vez, costumam contar com menos texto. A exceção é o uso de carrosséis (postagens com mais de uma imagem), em 2020, em que as imagens, sendo artes gráficas, estão voltadas a aprofundar mensagens políticas do movimento. De 36 postagens com o recurso de imagem no período, 16 (44%) dependem principalmente da imagem para passar a mensagem, já que o texto na descrição não aprofunda o conteúdo.

A seguir, pretendemos apontar como as postagens acionam incentivos oferecidos por plataformas de redes digitais para alcançar mais visibilidade: centrar estratégias em torno de indivíduos, por meio da promoção de figuras públicas; fazem uso do humor; utilizam a linguagem predominante em um dado momento; respondem prontamente ao contexto imediato; e engajam com assuntos que concentram atenção em meios digitais (VOLPATO, 2022).

É interessante notar que, por vezes, as imagens se assemelham, recorrendo ao uso de fontes e cores similares. Isso é particularmente observável quando as postagens são voltadas a figuras específicas, como mostram as figuras a seguir. Com isso, é possível perceber o incentivo para utilizar linguagens que predominam em determinados momentos e plataformas.

### Figuras 1 e 2 – Exemplos de postagens dos movimentos



Fonte: Capturado das Páginas do Facebook do MBL (2018)<sup>5</sup> e do Levante (2018)<sup>6</sup>

Para encontrar indícios de estratégias centradas em torno de indivíduos, buscamos a presença de figuras identificáveis nas publicações, apreensível nas imagens e vídeos. Observamos o uso de imagens focadas em determinadas figuras identificáveis, sejam elas atores conhecidos do campo político, aliados ou opositores; mas também outros alvos de denúncia, como funcionários do judiciário; profissionais do campo social da mídia; ou indivíduos que recebem apoio dos movimentos nas postagens. Também consideramos vídeos protagonizados por um único indivíduo, bem como vídeos em que determinadas figuras são exaltadas. Não se enquadram, nesse caso, as imagens que contam com a presença de pessoas, não centradas em indivíduos, mas em coletividades.

Nas 39 postagens do Levante que incluíam o recurso de imagem ou vídeo, é possível perceber foco em indivíduos em 24 (61%). A maior parte delas tem como alvo políticos da oposição, como Michel Temer, João Dória, Aécio Neves, Jair Bolsonaro e Eduardo Bolsonaro; bem como outros atores que atuam nas disputas políticas, como o então juiz Sérgio Moro e o

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/204223673035117/posts/1011148309009312>

<sup>6</sup> <https://www.facebook.com/162474053818157/posts/1961418253923719>

procurador Deltan Dallagnol, envolvidos na Lava Jato. Algumas postagens contam com figuras da esquerda, como as apresentadas anteriormente, sendo o presidente do México, López Obrador, o ex-presidente Lula e a pintora mexicana Frida Kahlo.

Por parte do MBL, das 38 postagens que contam com o recurso de imagem ou vídeo, 30 (78%) são focadas em indivíduos. Parte delas se voltam a atacar políticos da esquerda, como Lula, José Dirceu, Dilma Rousseff e Flávio Dino; ou outros atores que participam das disputas políticas e são entendidos como oposição, como Ciro Gomes, Paulo Maluf e o então presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia. No entanto, quase na mesma proporção, encontramos postagens centradas em figuras que o movimento apoia ou que expressam um posicionamento convergente, como Sérgio Moro, o jornalista Reinaldo Azevedo, o então senador Magno Malta ou o ex-presidente dos Estados Unidos Donald Trump. Ainda, quatro casos envolvem a projeção de membros e lideranças do movimento.

Além de os resultados indicarem uma diferença na proporção de postagens com imagens centradas em indivíduos nos movimentos, entendemos que, no Levante, o padrão é de denunciar, cobrar posicionamentos ou confrontar oponentes. No MBL, ainda que essa finalidade esteja presente, a prática aponta para a projeção e exaltação de figuras do campo político da direita, coerente com sua atuação orientada por lógicas conectivas, de valorização do indivíduo em detrimento da coletividade. Quando as imagens mostram integrantes do Levante, esses estão em coletivo, diferente do MBL, em que as publicações mostram as lideranças ou membros em contestação com adversários.

Entendemos que, de certa forma, ainda assim essa prática do Levante pode incentivar uma cultura personalista na política, já que as mensagens têm se constituído, principalmente, pelas informações disponíveis nas imagens que, nesses casos, associam os problemas a determinadas figuras políticas, não explorando necessariamente as causas complexas ou as soluções defendidas pelo movimento. Lembramos que isso não significa que essa é a forma de atuação mais frequente do movimento em plataformas de redes sociais, mas pode ser percebida entre as publicações que alcançaram visibilidade no período.

A maneira como os dois movimentos lidam com essas figuras, sejam aliados ou adversários, pode ser relacionada com o uso do humor e formas de atuação típicas de ambos. No Levante, por vezes, as imagens direcionadas a denunciar figuras assumem tom de humor, voltado à ridicularização por meio de edições, que encontram um paralelo com os escrachos realizados em espaços físicos, direcionados a atores específicos. Outra característica do humor é o uso de memes, com imagens ou linguagens que se tornam recorrentes e das quais o

movimento se apropria para ligar o contexto discursivo da plataforma a suas pautas ou dialogar com sua base.

### Figuras 3 e 4 – postagens do Levante com uso do humor



Fonte: Capturado da Página do Facebook do Levante (2019)<sup>7</sup>; (2018)<sup>8</sup>

No MBL, ao passo que a vinculação de figuras envolve atores da esquerda ou outros adversários políticos, está relacionada, também, a figuras do campo da direita. Essa é uma prática presente desde o surgimento do movimento, que projeta lideranças na internet em vídeos nos quais buscam fazer “mitadas” e “refutar” as ideias da esquerda, construindo uma narrativa de vitória sobre o oponente nas contestações diretas e indiretas, que circulam por meio de interações midiáticas.

Essa conduta, coerente com o incentivo para a elaboração de estratégias em torno de indivíduos, pode ser evidenciada nos vídeos que exibem trechos de pronunciamentos de figuras da direita respondendo ou falando sobre atores associados ao campo da esquerda; trechos de vídeos em que lideranças do movimento debatem com esses atores; e vídeos em que membros do movimento, em seus próprios canais de Youtube, abordam adversários, buscando uma contestação direta que possa ser repercutida em meios digitais posteriormente.

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/162474053818157/posts/2549890731743132>

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/162474053818157/posts/1967668433298701>

### Figuras 5 e 6 – postagens do MBL com uso do humor



Fonte: Capturado da Página do Facebook do MBL (2017)<sup>9</sup>; (2019)<sup>10</sup>

Os últimos incentivos identificados nas postagens com mais compartilhamentos no período são os de engajar com assuntos em alta que não foram definidos, a princípio, pelos movimentos, mas concentram atenção nas plataformas em dados momentos; e responder prontamente ao contexto imediato. O primeiro pode ser percebido com ênfase nos anos de 2017 e 2018, em que, na maioria das postagens, os temas centrais abordados por ambos os movimentos eram os mesmos.

A tática consiste em utilizar esses assuntos para redirecionar as interações, dando atenção pública para pautas dos movimentos, sobretudo quando o objeto que concentra visibilidade não está diretamente relacionado à política, como o caso da Copa do Mundo de 2018. O evento é utilizado pelo MBL para exaltar figuras políticas do campo da direita conservadora de outros países que ficam em evidência e o Levante usou acontecimentos da Copa, como eliminações de times, para traçar um paralelo com a situação política do país.

Em outros, os movimentos dialogam diretamente com o assunto em alta, inserindo suas perspectivas sobre os episódios que concentram atenção nos processos de circulação midiáticos. O julgamento do ex-presidente Lula, por exemplo, foi assunto de postagens por parte dos movimentos entre 2017 e 2019, disputando sentidos sobre as investigações da Lava Jato, a conduta de Sérgio Moro como juiz, passando pela legitimidade da condenação, até os vazamentos de conversas entre Sérgio Moro e outros integrantes da operação, como o então promotor Deltan Dallagnol, acontecimento que ficou conhecido como Vaza Jato.

<sup>9</sup> <https://www.facebook.com/watch/?v=636191656504981>

<sup>10</sup> <https://www.facebook.com/watch/?v=633828870453193>

Por um lado, estar entre as primeiras páginas que noticiam os acontecimentos faz com que as postagens consigam mais compartilhamentos, levando a uma visibilidade que pode extrapolar o meio social do movimento. Por outro, essa tática pode contribuir para uma aceleração do debate público em que fatos políticos são fugazes. Ao mesmo tempo, a tendência de abordar assuntos em alta faz com que os movimentos assumam uma postura reativa no debate público, sendo pautados pelas discussões que concentram atenção pública e colocando as pautas prioritárias do movimento em segundo plano nesse espaço de visibilidade.

Por fim, queremos discutir como as formas de atuação típicas dos movimentos aparecem nas postagens, dando indícios de suas opções preferenciais dos repertórios em uma subarena que oferece os inventivos apresentados anteriormente. Com relação ao MBL, seus processos de construção de redes ambientados (ou iniciados) no meio digital, bem como sua atuação por meio da projeção de lideranças e da contestação direta aos oponentes são características que estão presentes nas postagens de vídeos voltados a exaltar figuras da direita e que registram os episódios contenciosos visando sua circulação posterior.

Com relação ao Levante, no conjunto das publicações mais compartilhadas, podemos encontrar uma postagem por ano que evidencia algumas lógicas do movimento: inserção territorial e articulação de base comunitária, suas performances que recorrem a manifestações da cultura popular, bem como sua orientação coletiva e ação coordenada com outras organizações aliadas. Essas publicações apresentam formas de atuação típicas do movimento, como sua inserção em territórios e atuação coletiva para além do espaço das redes digitais, mostrando que, em sua agência, é possível equilibrar incentivos oferecidos pela plataforma com suas opções preferenciais dos repertórios. No entanto, essa não é a conduta que prevalece nas postagens em que os movimentos conquistam visibilidade ampliada no Facebook, mas sim os comentários sobre assuntos em alta, a repercussão de produtos midiáticos, a divulgação de notícias recentes, e o posicionamento sobre fatos políticos relevantes.

## **Considerações Finais**

Percebemos que os incentivos oferecidos são acionados de maneira distinta pelos movimentos, que inserem adequações às linguagens e recursos disponíveis nesse contexto interacional, seja no uso do humor ou na centralização de estratégias em torno de indivíduos, assumindo uma tendência de negociação com as lógicas da plataforma. Por vezes, os movimentos conseguem visibilidade evidenciando sua orientação estratégica geral e formas de ação preferenciais.

Consideramos relevante apontar que, por meio da análise deste material, como as postagens que conquistam visibilidade atendem predominantemente aos incentivos oferecidos, a participação dos movimentos nessa subarena parece condicionada às suas lógicas. Na análise, as postagens com mais compartilhamentos, que permitem acessar o recurso da visibilidade, não explicitam as diferentes lógicas dos movimentos, sua identidade e seus projetos de sociedade. Isso não significa que as práticas das organizações nesses espaços sejam predominantemente orientadas por essas lógicas, mas que elas podem ser observadas nas publicações que materializam a visibilidade desses atores para usuários da plataforma.

É interessante notar como movimentos sociais e contramovimentos não se influenciam apenas diretamente. Certamente, indivíduos e organizações que se opõem no debate público irão reagir às conquistas de seus adversários junto à política institucional ou, mesmo, a campanhas voltadas a sensibilizar a opinião pública. Mas irão também influenciar suas práticas de comunicação na medida em que conseguem bons resultados em termos de visibilidade. As publicações com humor, memes ou centradas em indivíduos, conforme garantem intensidade de visibilidade para determinados atores, podem ser incorporados aos repertórios de ação coletiva. Se influenciam mutuamente, e também ao próprio terreno onde as disputas se desenrolam. Reside aí o desafio de conquistar relevância sem assumir práticas de comunicação incoerentes com os objetivos finais dos movimentos sociais.

## Referências

ARAGUSUKU, Henrique Araujo. **Um panorama do contramovimento antigênero no Brasil: emergência, redes e narrativas.** *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 46., 2022, Campinas.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. *In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Org.). Mediação & Mdiatização.* 1 ed. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2012a. p. 31-52.

BRAGA, José Luiz. Lógicas da mídia, lógicas da mediação? *In: FAUSTO NETO, Antonio; ANSELMINA, Natália Raimondo; GINDIN, Irene Lis. (Org.). Relatos de investigaciones sobre mediaciones.* 1 ed. Rosário, Argentina: UNR Editora, 2015. p. 15-32.

BANASZAK, Lee Ann; ONDERCIN, Heather L. Explaining movement and countermovement events in the contemporary U.S. Women's Movement. Paper apresentado na **American Political Science**

**Association Meeting**, Washington-DC, set. 2010. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1668884](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1668884). Acesso em 18 ago. 2022.

BUCHER, Taina. Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. **New Media & Society**, v. 14, n. 7, p. 1164–1180, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>. Acesso em: 25 abr. 2020.

DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario. Organizations and organizing within social movements. In: DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario. **Social movements: an introduction**. 3 ed. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell, 2020. p. 134-160.

DORF, Michael C.; TARROW, Sidney. Strange bedfellows: How an anticipatory countermovement brought same-sex marriage into the public arena. **Law & Social Inquiry**, v. 39, n. 2, p. 449–473, 2014.

JASPER, James M.; MORAN, Kevin; TRAMONTANO, Marisa. Strategy. In: DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario. (Org.). **The Oxford Handbook of Social Movements**. Oxford: Oxford University Press, 2015. p. 399-409.

JIMÉNEZ-MARTINEZ, C. **Media and the Image of the Nation during Brazil's 2013 protests**. Cham/Suíça: Palgrave macmillan, 2020.

KATAGUIGIRI, Kim. Surge o movimento. In: KATAGUIGIRI, Kim; SANTOS, Renan. **Como um grupo de desajustados derrubou a presidente**. MBL: a origem [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro: Editora Record, 2019a.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. I Caderno de Debates preparatório para o II acampamento nacional do Levante Popular da Juventude, 2014.

LEVANTE POPULAR DA JUVENTUDE. Caráter e organicidade. Zine. S.I: s.n., 2012.

LO, Clarence Y. H. Countermovements and Conservative Movements in the Contemporary U.S. **Annual Review of Sociology**, v. 8, p. 107–134, 1982.

MACHADO, Jorge; MISKOLCI, Richard. Das jornadas de junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. **Sociol. Antropol.** Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 945-970, 2019.

MARTINS, Marcos Francisco. Educação, cidadania regressiva e movimentos sociais regressivos: o MBL em questão. **Crítica Educativa**, v. 4, n. 2, p. 41-68, 2018. DOI: <https://doi.org/10.22476/revcted.v4i2.364>

MBL. Manual de Instruções para Filiais Municipais. **Movimento Brasil Livre**, 2015. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/277263728/Manual-de-Filiais-do->

MBL?fbclid=IwAR2mEcr21uKZjsRzLuW-I410-Do7axq3Z8\_mXRKIU8t25crlmlRZiM\_Wue0>.  
Acesso em: 10 out. 2021.

MEYER, David S.; STAGGENBORG, Suzanne. Movements, countermovements, and the structure of political opportunity. **American Journal of Sociology**, v. 101, n. 6, p.1628–1660, 1996.

MOTTLE, Tahi L. The Analysis of Countermovements. **Social Problems**, v. 27, n. 05, p. 620-635, 1980.

PRUDENCIO, Kelly. Entre a cruz e a caldeirinha: ativismo digital e os limites para o debate público. In: FARIAS, Luiz Alberto de; LEMOS, Else; REBECHI, Claudia N. **Opinião Pública, comunicação e organizações: convergências e perspectivas contemporâneas**. São Paulo: Abrapcorp, 2020. p. 194-210.

RUSKOWSKI, Bianca de Oliveira. **Levante juventude, juventude é pra lutar**: a relação entre esferas de vida e identidade na construção do engajamento juvenil. Monografia (trabalho de conclusão de curso – sociologia). Porto Alegre, UFRGS, 2009.

SANTOS, Guilherme R. M.; CRUSOÉ, Nilma M. C. A prática educativa no movimento social “Levante Popular da Juventude”: narrativas de participantes. **Seminário Gepráxis**, Vitória da Conquista – Bahia, v. 6, n. 6, p. 1630-1647, 2017.

SANTOS, Renan. Raio privatizador. In: KATAGUIRI, Kim; SANTOS, Renan. **Como um grupo de desajustados derrubou a presidente**. MBL: a origem [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro: Editora Record, 2019b.

SILVA, Marcelo Kunrath; PAREIRA, Matheus Mazzilli. Movimentos e contramovimentos sociais: o caráter relacional da conflitualidade social. **Revista Brasileira de Sociologia**, v. 8, n. 20, p. 26-49, set./dez. 2020.

SPURK, J. Do reconhecimento à insignificância. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. **Tiránias da visibilidade**: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Editora FAP-Unifesp, 2013.

TILLY, Charles. Movimentos sociais como política. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 3, p. 133-160, jan./jul., 2010.

VOLPATO, Alana Nogueira. **Estratégias de visibilidade de movimentos sociais da juventude na sociedade midiaticizada**. 2022. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, 2022.