

MILITÂNCIA EM PROL DA REFORMA AGRÁRIA NA ERA PÓS-DIGITAL: UMA REFLEXÃO SOBRE A CAMPANHA ONLINE NO MEU BULE NÃO

Cyntia Nataly Malcher Bezerra¹

Silvia Valencich Frota²

RESUMO

A partir da análise da campanha online *No Meu Bule Não*, no que diz respeito aos discursos e conteúdos promovidos, à adesão obtida, bem como à abrangência alcançada no ciberespaço, este artigo busca identificar como a internet tem colaborado para que as causas promovidas pelo MST possam ser percebidas de maneira mais positiva pela opinião pública, oferecendo contraponto à cobertura negativa que é destinada ao movimento por parte significativa da mídia massiva brasileira. O esforço investigativo que move este trabalho ampara-se nos Estudos de Cultura e Comunicação, no que se refere, especificamente, às mobilizações em rede. Na perspectiva metodológica, foram consideradas as postagens realizadas na *fanpage* oficial da campanha, combinada ao rastreamento dos nós de maior audiência na web sobre a mobilização, fornecidos a partir da plataforma *Keyhole*. Os resultados obtidos reforçam a premissa de que os movimentos contra-hegemônicos podem encontrar na web ambiente favorável para a potencialização da sua atuação, promovendo mudanças culturais expressivas.

PALAVRAS-CHAVE

MST. Militância Digital. Mobilização Online. Redes Sociais.

1 INTRODUÇÃO

Em novembro de 2018, uma campanha online, intitulada *No Meu Bule Não*, ganhou atenção no ciberespaço a nível, principalmente, de Brasil, mobilizando a esfera pública e chamando sua atenção para a ação de despejo de um assentamento do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - MST, no município de Campo do Meio, localizado no Estado

¹ Mestra em Cultura e Comunicação pela Universidade de Lisboa - ULISBOA. Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas pela Universidade da Amazônia-UNAMA. Atualmente, é Relações Públicas da Universidade Federal do Pará - UFPA.

² Mestra em Cultura e Comunicação pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Graduada em Jornalismo, pela Faculdade Cásper Líbero (1994), e em Direito, pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2003). Pós-Graduada em Comunicação Empresarial pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (1997).

de Minas Gerais. Enquanto o assunto era invisibilizado pelos noticiários, multiplicaram-se publicações nas plataformas de mídias sociais em defesa das 450 famílias que seriam afetadas com o cumprimento da ação judicial de reintegração de posse de uma área de 4 mil hectares, ocupada pelos assentados há pelo menos 20 anos, onde anteriormente funcionava uma usina de açúcar e álcool, de propriedade da Companhia Agropecuária Irmãos Azevedo (Capia).

Esta pesquisa analisa alguns dos discursos que foram veiculados durante a campanha online a fim de elucidar os argumentos e arranjos trazidos pelos enunciados postos em circulação, bem como o préstimo que as mídias digitais oferecem para a propagação de uma visão de reconhecimento e aproximação das causas defendidas pelo MST, as quais, por vezes, são silenciadas pelas estruturas de mídia massiva controladas pelos conglomerados, que em sua maioria representam o movimento em seus noticiários de forma pejorativa.

Para a seleção das postagens que são analisadas neste estudo, levamos em conta o rastreio apontado pela plataforma *Keyhole*, que permitiu, por meio da busca da *hashtag* #NoMeuBuleNão, a recuperação de alguns dos principais nós na rede durante o período de maior audiência da campanha *No Meu Bule Não*. Foi assim que chegamos a alguns canais e pessoas que atuaram como militantes da mobilização, rendendo ao assunto um alto número de curtidas e compartilhamentos no ciberespaço. Os principais gêneros encontrados nas publicações feitas por estes sujeitos foram vídeos, imagens e charges, o que nos levou, na seleção do *corpus* de análise, a reunir justamente uma amostra desses segmentos de conteúdo.

2 INTERNET A SERVIÇO CONTRA-HEGEMÔNICO

Como explica Lévy (2000), a internet inaugurou uma nova forma de comunicação, em que a lógica de emissão-recepção passa a ser de todos-para-todos, comportamento que difere do que era praticado pelos convencionais dispositivos um-para-todo (televisão, rádio e impresso) e o um-para-um (telefone). Essa mudança abre a emissão para as mais diversas pessoas e organizações, autorizando, inclusive, a disseminação de assuntos que antes não eram trazidos pelos *gatekeeper* das mídias massivas.

Para muitos dos entusiastas da cibercultura, essa é uma oportunidade para que os discursos contra-hegemônicos possam alcançar uma amplitude e visibilidade impraticável até então, devido à supremacia da comunicação pelos monopólios de mídia, que, como estruturas

de socialização das ideias hegemônicas, suprimem o espaço para pautas que sejam contrárias a esta ordem.

Essas transformações são indissociáveis de um novo paradigma social, explorado por Castells (2005), entre outros, sob a denominação de “sociedade em rede”. A sociedade conectada em rede ultrapassa as tradicionais fronteiras nacionais, permitindo e estimulando a mobilidade de dados, bens, pessoas e ideias. Nesse novo espaço de fluxos, novas relações de poder são estabelecidas. Tal cenário só é possível com o desenvolvimento das tecnologias da comunicação, com destaque para a internet e para o desenvolvimento do digital.

Entre os inúmeros recursos disponibilizados pela internet, cabe especial atenção às plataformas de redes sociais, as quais têm propiciado às pessoas novas formas de interagir e atuar no mundo a partir da construção de “personas”, na acepção adotada por Polivanov (2015). Como destaca Castells (2013), as SNS (de Social Networking Sites) têm imensa relevância, uma vez que servem para a interação entre indivíduos conectados, bem como aos mais variados interesses: educacionais, de entretenimento, econômicos, informação e o próprio ativismo sociopolítico.

Os SNS são espaços vivos que conectam todas as dimensões da vida das pessoas. Esta é uma tendência importante para a sociedade em geral. Ela transforma a cultura ao induzir ao compartilhamento. Os usuários do SNS transcendem o tempo e o espaço, mas produzem conteúdo, estabelecem vínculos e conectam práticas. (CASTELLS, 2013, p. 136)

Com isso, o autor ressalta a natureza interativa das mídias sociais, bem como sua capacidade de romper fronteiras e proporcionar conexão instantânea entre usuários locais e globais. Essa peculiaridade, para ele, pode favorecer a atuação dos movimentos sociais contemporâneos no sentido de disseminar suas pautas e passar sua mensagem de forma mais eficaz, uma vez que estar em rede os coloca em melhores condições de resistir à repressão, burocratização e manipulação (CASTELLS, 2013).

Castells (2015) sugere que com a internet, ainda que existam censuras e dificuldades, contamos com maior liberdade para a emissão de mensagens em relação aos controles editoriais e governamentais habitualmente praticados no paradigma da comunicação de massa. A comunicação em rede simultaneamente amplifica o acesso à e dificulta o controle da circulação de informação, relativizando, pelo menos em parte, o poder dos tradicionais

gatekeepers, aqui entendidos como instâncias de controle do que pode ou não ser publicado, os quais têm seu expoente máximo nas mídias massivas.

Quando Castells e outros autores defendem que a cibercultura oferece espaço para inserções contra-hegemônicas, isso não implica dizer que a internet só sirva para esse fim. Assim, é oportuno destacar que, como aponta Shirky (2011), o uso de uma tecnologia social é pouco determinado pela funcionalidade dela inerente. Portanto, para o autor, os ganhos oferecidos pelas mídias digitais vêm não só da técnica em si, e sim do fato delas proporcionarem a criação de redes que oferecem como vantagem a possibilidade de acessarmos uns aos outros, nos conectarmos em uma velocidade e alcance surpreendente. Vínculo este que consideramos poder se dar para os mais variados interesses, sejam eles promotores de justiça e equidade ou de exclusão e violência. A internet, portanto, reflete as disputas de forças que perpassam o campo social, ou seja, ela é um instrumento que pode tanto servir a fins hegemônicos como contra-hegemônico, e são muitos os casos que podem ser enumerados.

O uso das redes sociais para a disseminação de discursos de extrema-direita e neofascistas, por exemplo, tem ganhado força, o que vem mostrando que a internet pode ser cooptada para interesses ilícitos e prejudiciais aos sistemas democráticos. A vitória eleitoral de Donald Trump em 2016, conseguida, em parte, graças ao uso de robôs e *trolls*, atesta bem isso - e temos visto essa história se repetir em outros países. Algumas pesquisas, entre as quais podemos destacar o projeto Cybersecurity for Democracy da Universidade de Nova York (NYU), asseguram que os algoritmos que regem as plataformas de mídias sociais, inclusive, favorecem a veiculação de notícias fraudulentas e dos discursos de ódio, que, dado o seu teor sensacionalista, terminam por mover a audiência, obtendo diversos *likes*, o que, conforme Bucci (2018), aumenta o faturamento dessas plataformas.

Visto isso, podemos concluir que com a internet e as redes sociais temos um ambiente complexo, onde as disputas de forças se acirram. De um lado, as estruturas hegemônicas tentam obstinadamente perpetuar seu domínio, movendo para isso investimento financeiro em pessoal especializado. Do outro, o movimento contra-hegemônico se vale desse mesmo aparato de mídia digital para se fazer ouvir e direcionar as discussões na esfera pública, superando os aspectos desfavoráveis encontrados também nesta mídia.

É justo acrescentar que o uso das mídias sociais para disseminar discursos contra-hegemônicos não é garantia de que estes serão ouvidos pela opinião pública, isso porque as bolhas informacionais, referidas por Lucia Santaella(2018) entre tantos outros, podem impedir que essa disseminação atinja grupos alvos importantes, ficando assim restrita a comunidades que já tem inclinação e interesse em causas dessa natureza. Isso ocorre porque, como pontua Recuero, Bastos e Zago(2018) apud Watts e Strogatz (1998), as redes sociais favorecem essa audiência seletiva. Como explicam:

as redes sociais existentes tendem a agrupar os nós em grupos coesos com uma densidade relativamente alta de conexões, e a probabilidade de uma nova conexão ser criada dentro dos grupos é maior que a probabilidade de uma nova conexão ser estabelecida fora dos grupos internos da rede (p. 78).

Portanto, notamos que existem diversos desafios a serem enfrentados para que organizações e atores possam dar visibilidade às pautas contra-hegemônicas no ambiente digital. Mas cabe ressaltar que, contrariando as limitações e desfavorecimentos dos algoritmos, diversos movimentos sociais e mobilizações têm se valido das redes sociais e alcançado feitos notáveis no que se refere a disseminação de discursos que abalam o *status quo* e reivindicam mudanças sociais. Portanto, sim, alguns acontecimentos recentes nos mostram que existem formas de burlar as bolhas informacionais e a seletividade algorítmica, e os estudos de Recuero, Bastos e Zago, assim como os de Castells, nos ajudam a entender melhor como isso ocorre.

Estes primeiros autores afirmam que “o alto grau de clusterização de alguns nós indica a difusão de mensagens de apoio, principalmente publicadas por celebridades e usuários com números expressivos de seguidores” (RECUERO; ZAGO E BASTOS, 2018, p. 80), o que nos permite concluir que alianças com celebridades ou mesmo o estabelecimento de parcerias com grupos que já têm uma audiência consagrada nas redes termina por compensar certos obstáculos que esse ambiente digital apresenta às mobilizações de cunho contra-hegemônico.

Conforme afirmam Recuero, Bastos e Zago (2018), essa associação com ou o apoio desses sujeitos cria oportunidades para que sejam promovidas conexões que furam a bolha informacional, levando o discurso antes restrito a um grupo a alcançar novos grupos. Como explicam, “a conexão entre nós que pertencem a grupos distintos representam um ganho competitivo em função da ligação de grupos e nós da rede que se encontram separados e isolados por um buraco estrutural”(p. 82).

Castells (2017) também nos ajuda a compreender que as bolhas informacionais não são intransponíveis. Para o autor, o êxito das mobilizações em redes para fins contra-hegemônicos deve-se, dentre outras coisas, a estas serem *conectadas em rede de múltiplas formas*, ou seja, se valerem de redes sociais *online* e *offline*, ou ainda se associarem a redes preexistentes, que cuidam de proporcionar ligação com outras redes de movimentos pelo mundo, e com a própria mídia, à blogosfera e à sociedade em geral.

Portanto, as mídias digitais trazem oportunidades para que as mobilizações contra-hegemônicas possam ser ouvidas, mas também são indissociáveis de um cenário que apresenta desafios para que essas iniciativas possam ocupar lugar de destaque nas disputas de força, ou seja, não é um feito fácil de ser conquistado, todavia, não é um feito impossível. A mobilização *online* que é objeto de estudo deste artigo atesta isso.

3 MST: DA CRIMINALIZAÇÃO NA GRANDE MÍDIA À AÇÃO LEGÍTIMA NA INTERNET

O surgimento do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) é resultado do esforço de organização dos trabalhadores rurais em prol da luta pela reforma agrária na Região Sul do Brasil no final da década de 70, quando o país vivia a abertura política após a derrocada de 20 anos de um regime militar. A mobilização ocorreu em resposta ao mal-estar vivido em virtude da concentração fundiária e da mecanização da produção agrícola que pressionava as famílias camponesas a migrar para os centros urbanos.

O MST teve sua gestação no período de 1979 a 1984, e foi criado formalmente no Primeiro Encontro Nacional de Trabalhadores Sem Terra, que se realizou de 21 a 24 de janeiro de 1984, em Cascavel, no estado do Paraná. Hoje o MST está organizado em 22 estados, e segue com os mesmos objetivos definidos neste Encontro de 84 e ratificados no I Congresso Nacional realizado em Curitiba, em 1985, também no Paraná: lutar pela terra, pela Reforma Agrária e pela construção de uma sociedade mais justa, sem explorados nem exploradores (1) (CALDART, 2001, p. 207).

A existência do movimento está permeada de episódios de repressão que culminaram na morte de muitos dos seus militantes, seja por ordens de assassinato promovidos por latifundiários ou pela resistência à força policial durante operações para cumprimento de mandados judiciais de reintegração de posse, como o ocorrido em 1996, no Estado do Pará, que ficou conhecido como o Massacre de Eldorado dos Carajás (CALDART, 2001), ou mesmo o Massacre de Pau D'arco, ocorrido em maio de 2017, quando policiais durante uma operação

assassinaram 10 dos civis que resistiam em ocupar a Fazenda Santa Lúcia, localizada no município de Redenção, também no Pará.

Essa militância, em diversos momentos feita à custa de vidas, segundo Caldart (2001, p. 208), “vem ajudando a recolocar na agenda política brasileira a questão da Reforma Agrária: fazendo a luta pela terra e afirmando, em suas iniciativas, a possibilidade de novas relações sociais, e de um novo projeto de desenvolvimento para o campo, e para o país”. Apesar de outros estudiosos sociais concordarem com a utilidade do movimento para a promoção de uma sociedade mais justa e igualitária, é fato que, em uma perspectiva geral, o MST é retratado por parcela expressiva da mídia massiva brasileira como sendo uma articulação de desordeiros criada para invadir a propriedade privada e atrapalhar o progresso do agronegócio.

A pesquisa realizada pela Intervozes Coletivo Brasil de Comunicação Social, acerca da cobertura que a mídia fez do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra durante os meses de fevereiro a junho de 2010 - que identificou uma série de evidências do tratamento pejorativo dado ao movimento e da mitigação ou silenciamento das suas pautas de luta pelos grandes veículos de comunicação no Brasil -, evidencia bem esse tratamento depreciativo.

Na conclusão, o relatório aponta que o MST é recorrentemente criminalizado nas notícias, como apontado no excerto a seguir:

Quanto à sensação de que o MST é criminalizado pela mídia, os números comprovam que o movimento é mostrado de maneira negativa. Mesmo que nem sempre se refira a crimes de forma direta, a maioria das matérias utiliza termos pejorativos ou cita atos considerados violentos cometidos por integrantes do MST. As bandeiras de luta do MST, em geral, não são mencionadas; quando isso acontece, normalmente são menosprezadas, em afirmações de que a Reforma Agrária já teria sido feita e que o MST não teria mais o que reivindicar. Tacham ainda o Movimento de ter se “afastado do seu objetivo original”, a distribuição de terras, e ter se transformado num movimento “político”, como se tratassem de conceitos contraditórios (INTERVOZES, 2011, p.57).

Em contrabalanço à abordagem feita pela mídia massiva, o MST, a partir da internet, especialmente no que compreende as mídias sociais, parece estar realizando, na atualidade, um esforço importante de expor suas ações a partir do seu viés, ou mesmo tomar a voz e contrapor a forma como são retratados nos noticiários. Apesar de parecer um esforço mínimo diante da força das corporações de mídia e seu compromisso em proteger os interesses hegemônicos, é preciso considerar que o ciberespaço tem criado oportunizado para que diversos movimentos anônimos e locais alcancem amplitude mundial para as suas causas, em

uma velocidade viral, levando a opinião pública a exercer pressão, obrigando empresas e governos a atender o clamor popular. Assim, é possível considerar que a presença do MST no espaço digital tem o potencial de conferir um outro retrato à sua militância.

Como nem tudo o que é divulgado ou noticiado por terceiros sobre o movimento social é emitido com critérios responsáveis e coerentes; a estrutura comunicacional on-line do MST cumpre também importante função de apresentar o posicionamento do movimento, frequentemente, repercutindo pontos de vista contra hegemônicos – realizando assim uma leitura da realidade que, por vezes, não é veiculada em outros espaços (GATTO et al., 2017, p.178).

Embora a comunicação do MST já tivesse alguma expressividade por meio do seu jornal impresso, da produção de vídeos VHS e de inserções radiofônicas em iniciativas livres e comunitárias, a internet parece ter cumprido um papel decisivo, permitindo-lhe ampliar sua atuação de formas até então inimagináveis por vias das mídias convencionais. Entre os principais canais de comunicação do MST no ciberespaço hoje estão: o Site Oficial, perfis em Redes Sociais como o *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, além de um canal de vídeos no *You Tube*.

4 MILITÂNCIA NAS REDES SOCIAIS EM FAVOR DO MST

A alavancagem do MST na internet e nas redes sociais tanto lhe confere espaço de fala quanto lhe põe como fonte para que pessoas comuns, sensibilizadas por qualquer das causas em pauta, façam frente e promovam uma onda de apoio que pode impactar na forma como a opinião pública recebe e apoia a dissidência promovida pelo movimento.

Nesses moldes, merece destaque a Campanha no Facebook intitulada *No Meu Bule Não*. A iniciativa foi realizada em solidariedade e apoio às vítimas da Ação Reintegratória de Posse nº 002411188917-6, determinada pelo juiz Walter Zwicker Esbaille Junior, da Comarca de Campos Gerais (MG), no dia 7 de novembro de 2018, que legitimava a propriedade de uma área de aproximadamente 4 mil hectares em favor da Companhia Agropecuária Irmãos Azevedo (Capia), antiga administradora da Usina Ariadnópolis Açúcar e Álcool S/A, ação que implicaria no despejo de 450 famílias do assentamento do MST Quilombo Campo Grande, localizado no município de Campo do Meio, no sul de Minas Gerais (REDE BRASIL ATUAL, 2018). Na liminar de despejo, o magistrado afirmou que não havia famílias, nem produção no acampamento.

Em contradição à alegação do magistrado, o MST apresentou dados que atestaram que as famílias ocupavam a terra desde 1998, após o decreto de falência da usina e a inadimplência do pagamento dos direitos trabalhistas dos empregados. Segundo os dados do laudo técnico apresentado durante a audiência pública, realizada no dia 22 de novembro de 2018, a pedido do Deputado Estadual Rogério Corrêa (PT), pelo menos 134 famílias tinham algum familiar direto que trabalhava na empresa, existiam na área 69 hectares de horta plantada, 1.786.348 de pés de café, 1.268 cabeças de gado, 1.216 suínos, 23.784 galinhas, 173 equinos, 322 caixas de abelha, 73.217 árvores frutíferas plantadas, 29.393 de árvores nativas plantadas, 2.429 m² de tanques de peixe. O Quilombo de Campo Grande também é responsável pela produção, em regime de cooperativa, do Café Guaií, marca que possui o selo de produto orgânico e processa cerca de 510 toneladas de café orgânico por ano (MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 2018; VARGAS, 2006).

Levando em conta que a liminar beneficiaria diretamente os negócios de João Faria da Silva, principal produtor de café no Brasil, que, de acordo com o MST, tem interesse em arrendar a terra para expandir seu cafezal, a campanha se configura como uma chamada para o boicote do consumo das marcas de café que adquirem matéria-prima do empresário, apontadas em sites e revistas especializadas sobre agronegócio como sendo importantes multinacionais.

Na *fanpage* da campanha, criada em 18 de novembro de 2018, que ultrapassa 7.600 curtidas (conforme consulta realizada em 30 de novembro de 2018), é referenciado que a mobilização online tem por inspiração o Boycott, Divestment and Sanctions (BDS) - mobilização global que preconiza a prática de boicote ao crescimento econômico, político, acadêmico e cultural do Estado de Israel como forma de pressioná-lo a desocupar o território palestino - assim como a hashtag #NotInMyFridge promovida pela ONG britânica FOA (Friends of Al Aqsa) - que estimula o boicote do consumo de produtos da marca Coca Cola em virtude da empresa apoiar a ação de Israel na região palestina.

Considerando a inspiração da campanha, notamos o comportamento que Manuel Castells atribui como peculiar aos movimentos na internet de conectar causas locais com o mundo.

Os movimentos são simultaneamente locais e globais. Começam em contextos específicos, por motivos próprios, constituem suas próprias redes e constroem seu espaço público ao ocupar o espaço urbano e se conectar às redes da internet. Mas também são globais, pois estão conectados com o mundo inteiro, aprendem com

outras experiências a se envolver em sua própria mobilização. Além disso, mantêm um debate contínuo na internet e algumas vezes convocam a participação conjunta e simultânea em manifestações globais numa rede de espaços locais (CASTELLS, 2013, p. 130).

A campanha promoveu três principais *hashtags*: #NoMeuBuleNão, #SalveQuilombo e #ResisteCampodoMeio, que foram amplamente veiculadas no *Twitter*, *Instagram* e *Facebook* durante a última quinzena do mês de novembro e início de dezembro de 2018.

É importante destacar que, conforme Shirky (2011), a vida *offline* não está apartada da *online*. Em suas palavras, “nossas ferramentas de mídia social não são uma alternativa para a vida real, são parte dela. E, sobretudo, tornam-se cada vez mais os instrumentos coordenadores de eventos no mundo físico” (p. 36). Com isso, o autor aponta que as mídias sociais são utilizadas como instrumento que desdobram ou amplificam acontecimentos de nossa sociedade, e a mobilização *No Meu Bule Não* reforça essa tese.

Conforme afirmam Recuero, Bastos e Zago (2018), “de uma certa forma, a mudança gerada pelos sites de redes sociais nas redes sociais *offline* tem efeitos, assim, nos tipos de valores que são criados e usufruídos pelas redes *online*” (p.59). Os autores falam, portanto, de um movimento onde as condições proporcionadas pelas mídias digitais põem as redes sociais *offline* em uma espécie de reconfiguração e nova atuação que cria redes *online*, que, por sua vez, resultam em outro patamar e abrangência para o êxito das lutas que partem do corpo social.

Entendendo essa mobilização *online* como uma importante iniciativa que coloca em destaque as práticas e reivindicações do MST, colaborando com a representação de uma nova imagem do movimento frente à opinião pública, interessa aqui analisar alguns dos discursos postos em circulação durante a campanha, partindo das postagens realizadas pela *fanpage* oficial *No meu Bule Não* e também apontamentos da plataforma *Keyhole*, no que tange a recuperação dos passos de alguns usuários e instituições que deram procedência, compartilhamento e abrangência à mobilização, com foco em três segmentos de conteúdo, que são: *vídeo*; *imagem/texto*; e *imagem ou charge/notícia*.

A primeira postagem analisada trouxe um vídeo intitulado “Usina falida quer tomar área de assentamento de 20 anos” (Figura 1). Sua origem se atribui à organização “Repórter

Brasil³”, que o divulgou em sua página no Facebook no dia 26 de novembro de 2018, obtendo 3,1 mil curtidas, 281 comentários, e 15.015 compartilhamentos, sendo um destes realizado pela página da campanha *No meu Bule Não*, na mesma data, e conseguindo mais 124 curtidas, 3 comentários e 70 compartilhamentos (conforme dados conferidos em 30 de novembro de 2018).

O vídeo traz a narrativa do problema a partir das vozes dos próprios assentados e fornece cenas do dia a dia no campo, o que vai elucidando a natureza do trabalho que realizam e o valor que a permanência na terra tem para eles. A carga emotiva é um ponto forte na produção. Entre os argumentos centrais é apontado que a ocupação dos assentados se justifica pela dívida trabalhista devida pela Usina enquanto o estereótipo de preguiçoso e vagabundo dirigido aos militantes do MST por parte da mídia massiva vai sendo desconstruído com a apresentação da terra produtiva, bem como a preconização da produção agrícola livre de agrotóxicos, que é uma das diretrizes fundamentais do movimento.

Figura 1- Postagem do vídeo “Usina falida quer tomar área de assentamento de 20 anos”



Fonte: No Meu Bule Não (2018).

Já a segunda postagem analisada trouxe o vídeo intitulado “Os trabalhadores sem terra são terroristas?”, que mesmo com abordagem diferente faz um esforço de igual fortalecimento à causa dos assentados (Figura 2). Sua origem se atribui à fanpage “Revolução Colunista⁴”, que o divulgou no dia 29 de novembro de 2018, conseguindo o número de 43 curtidas, 23 comentários e 75 compartilhamentos, sendo um destes realizado pela página da

³ A Repórter Brasil foi criada em 2001 por jornalistas, cientistas sociais e educadores com o objetivo de fomentar a reflexão e ação sobre a violação aos direitos fundamentais dos povos e trabalhadores no Brasil. Na atualidade é uma das mais importantes fontes de informação sobre trabalho escravo no país.

⁴ Fanpage criada em 10 de novembro de 2018 pelo músico brasileiro Isaac Varzim.

campanha *No Meu Bule Não*, no dia 30 de novembro de 2018, e conseguindo mais 41 curtidas, 4 comentários e 21 compartilhamentos (segundo dados conferidos em 30 de novembro 2018).

A produção é uma exposição elucidativa em primeira pessoa, feita pelo músico Isaac Varzim, em contraponto a forma criminosa com que o MST é apontado na mídia massiva. Para tanto, faz uma retrospectiva histórica sobre a origem do movimento, enfatizando suas principais causas de luta. Também denuncia os problemas provocados pelo latifúndio no Brasil, especialmente no que se trata das recorrentes mortes no campo, segundo ele, financiadas em prol do agronegócio. Traz dados sobre a expressiva produção agrícola livre de agrotóxicos dos assentamentos, ressaltando, inclusive, as premiações mundiais já recebidas pelo MST.

Figura 2- Postagem do vídeo “Os trabalhadores sem terra são terroristas?”



Fonte: *No Meu Bule Não* (2018).

Ambos os vídeos colaboram com a construção de uma imagem positiva do MST, diametralmente oposta ao que costuma ser veiculado na televisão, rádio, jornais e websites de boa parte das grandes empresas de comunicação no Brasil, e, além disso, foram recursos visuais de impacto para a campanha. O elevado número de compartilhamento sinaliza que o conteúdo efetivamente se propagou no ciberespaço, e apesar de não ser possível com este estudo mapear os compartilhamentos secundários resultantes, desde as publicações primárias na rede já se nota que o conteúdo conectou diversos usuários à mobilização em favor dos assentados.

O comportamento viral, peculiar das redes da internet, possibilita a ampla difusão de mensagens que permite aos usuários criar uma relação de proximidade com os movimentos que emergem por toda parte do mundo, conferindo-lhes um sentimento de esperança em

mudar as coisas e os inspirando à ação (CASTELLS, 2013). Quando a causa do MST, que antes era uma realidade distante, por meio das redes sociais se torna pauta na esfera pública *online*, efetivamente trazendo o drama vivido por seus militantes, como aconteceu com ajuda dos vídeos, a empatia do espectador pode ser despertada e as chances de adesão ou simpatia ao movimento são aumentadas.

A terceira postagem analisada explorou o segmento imagem/texto e foi publicada na página da campanha em 22 de novembro de 2018 (Figura 3). Ao total, mobilizou o número de 7,9 mil curtidas, 1,4 mil comentários e 12.665 mil compartilhamentos. A imagem continha, como elemento central, um grão de café ensanguentado sob um fundo amarelo, acompanhado da *hashtag*: #NoMeuBuleNão. Já o texto do post mencionava que aquele era o grau de café responsável pelo despejo das 450 famílias do Assentamento Quilombo de Campo Grande, denunciando o cafeicultor João Faria da Silva e o agronegócio como principais beneficiários do despejo, bem como convidando a audiência a aderirem ao boicote das marcas que tinham o empresário como fornecedor.

Figura 3- Postagem da imagem/texto *No Meu Bule Não*



Fonte: No Meu Bule Não (2018).

Acerca do caminho que esta postagem tomou no ciberespaço para além da página, com ajuda da plataforma *Keyhole*, identificamos sua utilização por dois *influencers*, que publicaram em suas redes sociais a mesma imagem acompanhada de um texto similar de esclarecimento da causa, de denúncia dos responsáveis, convidando ao boicote das marcas de café beneficiadas pelo despejo. O primeiro foi o ator brasileiro Gregório Duvivier, que em

publicação no *Instagram*, feita em 27 de novembro de 2018, recolheu 69,5 mil curtidas e 3.472 mil comentários, já sua postagem no *Facebook* foi responsável por 4.199 mil compartilhamentos, 338 comentários e 8.200 mil curtidas. E o segundo, o estilista brasileiro Ronaldo Fraga, que no *Instagram* obteve 2.075 mil curtidas e 73 comentários e já no *Facebook* teve 141 compartilhamentos, 6 comentários e 226 curtidas, após posts publicados em 27 de novembro de 2018 (dados conferidos em 01 de dezembro de 2018).

O atrelamento da campanha a essas duas figuras públicas, que possuem significativa audiência no ciberespaço e fora dele, pode ter contribuído para lhe conferir mais força e notoriedade, pois ampliou seu alcance, inclusive, a pessoas que em situação comum não seriam expostas ao tema, mas passaram a lhe dar atenção simplesmente por estarem ligadas a um desses artistas. Partindo dos apontamentos de Recuero, Bastos e Zago (2018), vemos que isso ocorre porque “um nó com uma grande centralidade *betweenness*, assim conecta vários grupos diferentes, que não estariam tão conectados se esse nó não existisse. Essas pontes também são responsáveis pela redução da distância social na rede, aproximando grupos diferentes” (p. 69).

Outro a promover a mesma imagem/texto foi o grupo digital “Ele Não Vai nos Matar”- criado para denunciar agressões sofridas por militantes LGBTs e difundir uma corrente de proteção contra a homofobia após a intensificação dos casos de violência durante as eleições brasileiras de 2018 - que em sua publicação no *Instagram* conseguiu 13 mil curtidas e 262 comentários, o que lhe qualifica como outro nó importante na rede em prol da campanha. Dado a inatividade da conta do grupo no *facebook* não foi identificada postagem sobre o tema (dados conferidos em 01 de dezembro de 2018).

O apoio do grupo é um caso claro de minorias promovendo a causa de minorias, prova de que o ciberespaço é lugar onde coabitam diversas lutas que são capazes de se conectar e promover uma onda de grande dimensão ao se articularem em irmandade. Essa incorporação da campanha por outro movimento dissidente *online* pode potencializar seus resultados, fazendo-a chegar mais longe e obter mais ganhos.

Segundo Castells (2013), a estrutura descentralizada da internet “maximiza as chances de participação no movimento, já que ele é constituído de redes abertas, sem fronteiras definidas, sempre se reconfigurando segundo o nível de envolvimento da população em geral”(p. 129). Essas condições que permitem um “fazer por muitas mãos” se fizeram visíveis

na campanha, que foi tomando forma e contornos distintos, de acordo com as mais variadas direções e intervenções realizadas pelos usuários que, com seu apoio, promoveram uma militância sincrônica e expressiva.

Boa parte das postagens na página *No Meu Bule Não* consistem de compartilhamento de notícias sobre o assunto publicadas em sites de coletivos de mídia - que têm por princípio oferecer uma cobertura dos fatos sob uma perspectiva contra-hegemônica - ou mesmo organizações que lutam pela reforma agrária, estando no grupo: *Brasil de Fato*, *Repórter Brasil*, *Movimento de Trabalhadores Rurais Sem Terra-MST* e a *Comissão Pastoral da Terra-CPT/MG*. Como exemplo deste segmento, analisamos a quarta postagem, que foi publicada em 22 de novembro de 2018 e obteve 18 compartilhamentos e 42 curtidas. Ela traz uma charge de Carlos Latuff, ⁵mostrando a cena de medo e impotência que os assentados se encontravam na eminência do despejo, acompanhada de um link para uma notícia divulgada no site do “Brasil de Fato” ⁶(Figura 4).

Figura 4- Postagem da charge/notícia de autorias, respectivas, de Carlos Latuff e Brasil de Fato



Fonte: No Meu Bule Não (2018).

⁵ É um chargista e ativista político brasileiro, que com o advento da Internet deu início ao seu ativismo artístico, produzindo desenhos copyleft para o movimento zapatista e hoje é simpatizante da causa palestina, no contexto do conflito israelo-palestino, dedicando boa parte do seu trabalho a esse tema e a propagar ideais antissionistas.

⁶ É um site de notícias e uma radioagência que traz coberturas das lutas sociais, entrevistas e notícias sobre política, economia, direitos humanos e cultura, sob uma visão popular das cidades, do Brasil e do mundo. Sua origem é resultado da ampliação do jornal semanal político brasileiro lançado na edição do ano de 2003 do Fórum Social Mundial, em Porto Alegre, por movimentos populares como o MST, a Via Campesina, a Consulta Popular e as Comissões Pastorais sociais.

A combinação charge/notícia em questão cumpriu no *post* a função de chocar, sensibilizar e informar. O impacto da crítica, bastante clara na ilustração, é reforçado com a exposição de dados e das vozes de fontes no texto jornalístico, que, em conjunto, conferem concretude e credibilidade à denúncia, possibilitando aos usuários o acesso a um panorama mais amplo da questão de forma a incentivá-los a tomarem parte na militância da campanha.

Um fato observado, a partir do segmento imagem ou charge/notícia, é que as mídias com perfil contra-hegemônico na internet cooperaram com a causa, fornecendo conteúdos em um movimento de retroalimentação, no qual a campanha tanto promoveu o agendamento do tema que entrou nas pautas, quanto, em contrapartida, recebeu de outras mídias produções que lhes foram úteis para ampliar sua ressonância. Acerca desse comportamento, Castells (2013) menciona que se trata de uma característica própria dessas mobilizações em rede, que compreende a *Conexão em Rede de Múltiplas Formas* (já referida na página 6 deste artigo).

Cabe ressaltar que, no dia 1º de dezembro de 2018, a justiça suspendeu o pedido de reintegração de posse, permitindo assim que as famílias permanecessem na área ocupada há 20 anos, o que pode ter sido resultado das pressões na esfera pública, promovidas graças à campanha online. Embora se trate de uma vitória parcial, pois a segurança das famílias só pode ser garantida por meio da regularização adequada da terra com o fornecimento da titularidade aos assentados, o caso evidencia que a internet efetivamente cumpre o potencial social, que vem sendo apontado por alguns teóricos desde o seu surgimento, de fornecer outra perspectiva dos fatos à opinião pública, o que configura uma mudança cultural importante.

Em agosto de 2020, em meio à pandemia do novo coronavírus, foi realizado o 12º despejo do assentamento do Quilombo Campo Grande. Mas longe de se darem por vencidos, os assentados seguem como podem resistindo às investidas já há mais de duas décadas, na convicção de levar a conhecimento da população um projeto de sociedade baseado na produção livre de agrotóxicos e na garantia da reforma agrária, superação da fome e da pobreza.

CONSIDERAÇÕES

Conforme se evidenciou por meio do estudo traçado neste artigo, na contemporaneidade, os movimentos sociais vêm assumindo novas formas de mobilização que contam com a internet como instrumento para amplificar sua luta, e a campanha *online No Meu Bule Não* é exemplo disso. Tal comportamento se deve ao fato de o ambiente digital oferecer uma estrutura descentralizada, com maior espaço para a participação, onde é possível disseminar discursos com agilidade e alcance inimagináveis de se fazer por outras mídias.

Mesmo que a mídia massiva ainda exerça significativa influência, inclusive estendida gradativamente para o ciberespaço, o que é um fato inegável, isso não tem impedido que a internet traga à tona a força do espectador emancipado de Jacques Rancière (2014), que não está mais disposto a unicamente receber o conteúdo com passividade, e sim reclama seu lugar de fala, se faz presente, dá ouvido a outras perspectivas, procura as entrelinhas e decide dá sua opinião, apoio, bem como, por vezes, se converte em emissor de conteúdo para defender o que acha justo, como se observou ocorrer durante a campanha *No Meu Bule Não*.

A identificação dos conteúdos e acompanhamento dos rastros tomados pela campanha nas redes sociais deixam evidente sua eficiência em oferecer à opinião pública um contato com o MST e suas pautas de luta, antes inviáveis nos espaços de mídia consagrados, provando que a internet tem sido um espaço de ampliação das mobilizações dos movimentos sociais e que pode, sim, conferir outra dimensão a luta por direitos e dignidade das minorias. Afinal, como se vê, os discursos destas parecem agora contar com maior espaço de propagação, e isso poderá resultar em mudanças socioculturais.

A apresentação dos fatos a partir da perspectiva dos militantes ou simpatizantes da causa, como vimos nas postagens analisadas, permitiu notar que a mobilização foi responsável por projetar uma imagem positiva do movimento, o que representa um contraponto à imagem negativa veiculada por parcela significativa da mídia massiva brasileira. Indício que pode sinalizar que a internet vem se mostrando uma ferramenta útil para a disseminação dos discursos contra-hegemônicos.

Cabe frisar que em nossas ponderações não estamos desconsiderando as limitações algorítmicas postas pelas plataformas de redes sociais, que privilegiam determinados

discursos em detrimento de outros, afinal, como bem sabemos, por meio destes canais os discursos fascistas têm circulado, ajudando a eleger governos de extrema direita, antidemocráticos, misóginos, racistas e homofóbicos. O que queremos marcar, no entanto, é que o ciberespaço tem possibilitado também lugar para que os discursos contra-hegemônicos ganhem visibilidade, acirrando, assim, as disputas de força entre o poder e contrapoder, o que coopera para mudanças em âmbito social, político e cultural.

REFERÊNCIAS

BUCCI, E. Pós-política e corrosão da verdade. **Revista USP**, São Paulo, n. 116, p. 19-30, 2018.

CALDART, Roseli Salete. O MST e a formação dos sem terra: o movimento social como princípio educativo. **Estudos Avançados**, São Paulo, v.15, n.43, p. 207-224, 2001. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/eav/article/view/9832>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**: volume 1. Tradução, Roneide Venancio Majer. 8 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Comunicação**. Tradução, Vera Lúcia Mello Joscelyne. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

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

GATTO, Yasmin Ribeiro. et al. O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) nas Redes Sociais Online: Identidade e Representação. **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 02, n. 16, p. 165-182, 2017. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/133179/131040>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

INTERVOZES. **Relatório Vozes Silenciadas**: A cobertura da mídia sobre o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra durante a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito. São Paulo, 2011. 61p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução, Suzana L. de Alexandria. 2 ed., São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**: Um hipertexto com Pierre Levy. Porto Alegre: Arte e Ofícios, 2000.

LÉVY, Pierre. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Dênis. (org.) **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. 2.ed., Rio de Janeiro: Record, 2004.

Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. **Autoridades defendem a permanência das famílias do acampamento Quilombo Campo Grande**. Disponível em: <<http://www.mst.org.br/2018/11/22/autoridades-defendem-a-permanencia-das-familias-do-acampamento-quilombo-campo-grande.html>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

POLIVANOV, Beatriz Brandão. Personas no Facebook e consumo de afiliação: percepções sobre (des)encaixes entre selves on e off-line. **Organicom**, Ano 12, n. 22, pp. 225-235, 2015.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. Tradução, Ivone C. Benedetti. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

RECUERO, R., BASTOS, M. & ZAGO, G. (2018). **Análise de Redes para a Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina.

Rede Brasil de Fato. **'No Meu Bule Não' quer conscientizar população sobre Quilombo Campo Grande**. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2018/11/no-meu-bule-nao-quer-conscientizar-populacao-sobre-quilombo-campo-grande>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

SANTAELLA, L. **A pós verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2018. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/465534062/A-Pos-Verdade-e-Verdadeira-Ou-Falsa-Lucia-Santaella>. Acesso em: 22 mai 2019.

VARGAS, Isabela Junqueira. **Ocupando Manchetes: como o MST agenda a mídia**. Estudo sobre as estratégias de agendamento do movimento dos sem terra no abril vermelho. 2006. 161 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Disponível em: <http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNB_ecc9acbb51beb4b17f0990f61008c1bb>. Acesso em: 27 nov. 2018.

MILITABILITY FOR AGRICULTURAL REFORM IN THE POST-DIGITAL ERA: A REFLECTION ON THE ONLINE CAMPAIGN

ABSTRACT

Based on the analysis of the online campaign No Meu Bule Não, with regard to the speeches and content promoted, the adhesion obtained, as well as the scope achieved in cyberspace, this article seeks to identify how the internet has collaborated so that the causes promoted by the MST can be perceived more positively by public opinion, offering a counterpoint to the negative coverage that is aimed at the movement by a significant part of the Brazilian mass media. The investigative effort that drives this work is supported by the Studies of Culture and Communication, with regard, specifically, to network mobilizations. In the methodological perspective, the posts made on the official fanpage of the campaign were considered, combined with the tracking of the nodes with the highest audience on the web about the mobilization, provided from the Keyhole platform. The results obtained reinforce the premise that counter-hegemonic movements can find a favorable environment on the web to enhance their performance, promoting significant cultural changes.

Keywords:

MST. Digital Militancy. Online Mobilization. Social networks.

MILITANCIA POR LA REFORMA AGRÍCOLA EN LA ERA POST-DIGITAL: UNA REFLEXIÓN SOBRE LA CAMPAÑA EN LÍNEA EN MI TABLET NO

RESUMEN

A partir del análisis de la campaña online No Meu Bule Não, en cuanto a los discursos y contenidos promovidos, la adhesión obtenida, así como el alcance alcanzado en el ciberespacio, este artículo busca identificar cómo internet ha colaborado para que las causas promovidas por el MST puede ser percibido más positivamente por la opinión pública, ofreciendo un contrapunto a la cobertura negativa que se dirige al movimiento por una parte importante de los medios de comunicación brasileños. El esfuerzo investigativo que impulsa este trabajo es apoyado por los Estudios de Cultura y Comunicación, en lo que se refiere, específicamente, a las movilizaciones en red. En la perspectiva metodológica, se consideraron las publicaciones realizadas en la fanpage oficial de la campaña, combinadas con el seguimiento de los nodos de mayor audiencia en la web sobre la movilización, proporcionados desde la plataforma Keyhole. Los resultados obtenidos refuerzan la premisa de que los movimientos contrahegemónicos pueden encontrar en la red un entorno favorable para potenciar su desempeño, promoviendo cambios culturales significativos.

Palabras clave:

MST. Militancia digital. Movilización en línea. Redes sociales.

Recebido em: 01/04/2022

Aceite em: 19/10/2022