

Análise comparativa sobre as postagens no Facebook da Frente Brasil Popular e do Movimento Brasil Livre (MBL)¹

Pablo Nabarrete BASTOS²

Gabryella Eloi CÂMARA³

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Este artigo possui como principal objetivo analisar comparativamente as páginas do Facebook de um dos mais representativos e atuantes movimentos conservadores e ultraliberais na contemporaneidade, o MBL, e a rede de movimentos e organizações sociais populares mais atuante na comunicação digital, a Frente Brasil Popular, entre os meses de setembro e outubro de 2019. O corpus da pesquisa é formado principalmente por postagens das organizações em suas páginas nacionais do Facebook. Metodologicamente, foram quantificadas as reações, interações e compartilhamentos do público das páginas com as postagens e identificamos os supertemas (OROZCO GÓMEZ, 1997) a partir das interações midiáticas.

PALAVRAS-CHAVE: Frente Brasil Popular; Movimento Brasil Livre (MBL); aparelhos privados de hegemonia; interações midiáticas; supertemas.

INTRODUÇÃO

Desde investigação que realizamos em 2017 (BASTOS; SILVA, 2017), sobre a atuação das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo no Facebook, permanecemos desenvolvendo pesquisas com o intuito de compreender as potencialidades e limitações políticas, tecnológicas e dialógicas da comunicação mediada por sites de redes sociais, mediante pesquisa empírica e reflexão teórica crítica (BASTOS, 2020a, 2020b). Em trabalho recente, pesquisamos durante pouco mais de três meses nas páginas do Facebook das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo na campanha das eleições presidenciais de 2018 (BASTOS, 2020b). Durante essa pesquisa, inquietou-nos a atuação sistematizada de grupos opositores nas postagens. Estes atuaram durante a campanha como aparelhos privados de hegemonia: produzindo e circulando

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Departamento de Comunicação Social, do Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense. Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF), e-mail: pablobastos@id.uff.br.

³ Graduanda de Comunicação Social-Publicidade e Propaganda da Universidade Federal Fluminense. Bolsista PIBIC, email: gabryellacamara@id.uff.br.

conteúdos diversos, sobretudo memes com desinformação, atacando os candidatos apoiados pelas frentes de esquerda e dando sustentação à campanha de Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL). Entre os grupos opositores às Frentes de esquerda, um que esteve bastante presente e que possui posição de destaque na emergência de movimentos defensores de agenda ultraliberal é o Movimento Brasil Livre (MBL). A partir dessas inquietações, iniciamos pesquisa comparativa entre a Frente Brasil Popular e o MBL, com foco em suas atuações no Facebook.

Este artigo possui como principal objetivo analisar comparativamente as páginas do Facebook de um dos mais representativos e atuantes movimentos conservadores e ultraliberais na contemporaneidade, o MBL, e a rede de movimentos e organizações sociais populares mais atuante na comunicação digital, a Frente Brasil Popular, entre os meses de setembro e outubro de 2019. A escolha por este período se justifica pelo nosso intuito de pesquisar a atuação das organizações no Facebook no cotidiano. Agner Heller (2004, p. 20) pontua que “a vida cotidiana não está “fora” da história, mas no “centro” histórico: é a verdadeira “essência” da substância social. [...] as grandes ações não cotidianas que são contadas nos livros de história partem da vida cotidiana e a ela retornam”. Lefebvre entende que modernidade e cotidianidade, como conceito e linguagem, são dois conjuntos de fatos ligados e correlativos: “as duas faces do espírito do tempo”, da sociedade em que vivemos. (LEFEBVRE, 1969, p. 38). Não obstante, ressalva que não são relativos à relação de significante e significado, posto que se apresentam alternadamente como tais, forma e essência, são faces complementares que se significam reciprocamente. São conceitos que nos auxiliam a compreender como se reproduzem as relações constitutivas da sociedade, “estranhamente frágeis e sólidas, singularmente estáveis (o cotidiano) sob o fetichismo do efêmero e da mobilidade (a Modernidade)” (LEFEBVRE, 1969, p. 175). O corpus da pesquisa é formado principalmente por postagens das organizações em suas páginas nacionais do Facebook, que possuem frequência e volume significativo de publicações. É também nosso objetivo analisar os processos de interação e comunicação entre os seguidores das páginas com as postagens, e entre eles nos comentários. Metodologicamente, foram quantificadas as reações, interações e compartilhamentos do público das páginas com as postagens e identificaremos os supertemas (OROZCO GÓMEZ, 1997) a partir das interações midiáticas. Após categorização dos supertemas, analisamos descritivamente as postagens com maior número de reações, comentários e identificamos as relações entre temas das postagens, as reações e comentários dos internautas, com conteúdos midiáticos no cotidiano: em circulação na própria rede, na mídia hegemônica e também na mídia comunitária, popular e alternativa. A escolha pela metodologia de identificação, categorização e análise dos

supertemas, em detrimento de outras possíveis, justifica-se pelo foco da pesquisa estar mais nas reações e interações entre o público e as postagens do que na análise pormenorizada do conteúdo ou do discurso.

FRENTE BRASIL POPULAR E MBL COMO APARELHOS DE HEGEMONIA

Não há numerosa produção científica sobre as Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo, que estamos estudando desde 2017. São mencionadas em alguns estudos, mas não compõem o objeto principal. Escolhemos a Frente Brasil Popular para fazer este estudo comparativo com o MBL por esta possuir estrutura organizativa e estratégias de luta e comunicação mais bem definidas e publicizadas, inclusive com relação às entidades participantes, enquanto que a Frente Povo Sem Medo apresenta informações limitadas em seus canais de comunicação. Embora as Frentes busquem unidade do campo popular em alguns momentos específicos, como em grandes manifestações, o que prevalece são estratégias, conteúdos e linguagens que refletem as especificidades políticas e ideológicas de cada Frente. Há aproximações e divergências entre as duas principais redes de organizações e movimentos sociais que buscam rearticular as forças de esquerda. Ambas as frentes surgem em 2015, a Frente Brasil Popular em abril e a Frente Povo Sem Medo em outubro, no processo de luta pela sustentação do governo de Dilma Roussef, do Partido dos Trabalhadores (PT), e contra o impeachment.

Resumidamente, desde 2003, as forças de esquerda dividiram-se em três grupos: oposição ao governo federal do PT pela esquerda, os governistas e uma terceira via, da qual o MST⁴ assume fazer parte, que entende ser necessário politicamente não ser nem oposição sistemática e nem adesão subordinada a qualquer governo (BASTOS, 2015, p. 62). O que não impede a atuação conjunta das Frentes em alguns momentos, sobretudo na convocação e organização de manifestações políticas. As Frentes lançaram conjuntamente, em 31 de março de 2020, a “Plataforma emergencial para o enfrentamento da pandemia do coronavírus e da crise brasileira⁵”. O documento afirma que o governo federal tem atuado como aliado da epidemia, particularmente o Presidente da República Jair Bolsonaro que, conforme o documento, tornou-se um dos principais obstáculos a serem derrotados pelo povo brasileiro na difícil missão de superar esta crise.

⁴ Este quadro foi narrado por João Paulo Rodrigues, da direção nacional do MST, em entrevista que nos foi concedida no dia 01/04/2014, na Secretaria Nacional do MST, em São Paulo.

⁵ Disponível em: < <https://bit.ly/2R5jFQm> >. Acesso em: 03 abr. 2020.

O surgimento, as formas de financiamento e as redes de articulação do MBL ainda são questões cercadas de obscuridade e que vem despertando o interesse do mundo acadêmico. Por vezes com o apoio de editais de financiamento estrangeiros de *think tanks* conservadores e libertários, como Atlas Network e Cato, entre os anos de 2005 e 2007 redes ultraliberais se fortaleceram e posteriormente se constituíram em diferentes institutos no Brasil, como Mises Brasil, Ordem Livre, Liberal do Nordeste, Mercado Popular – e grupos de interesses – Estudantes pela Liberdade (EPL), Dragão do Mar etc (SANTOS; CHAGAS, 2018, p. 190). O MBL é uma dissidência do EPL, grupo criado em 2010, e foi idealizado para atuar politicamente nas manifestações de junho de 2013, embora tenha sido criado oficialmente em novembro de 2014 (ibid.). Marcos Francisco Martins (2018) avalia que, com a nova dinâmica do capitalismo, surgem no Brasil e no mundo movimentos que lutam pela regressão de direitos humanos fundamentais, entre estes está o MBL. Para o autor, estes movimentos sociais regressivos são orientados e desenvolvem sua práxis educativa por meio de uma “cidadania regressiva” (MARTINS, 2018, p. 42).

Conforme metáfora proposta por Dênis de Moraes, os aparelhos privados de hegemonia funcionam como “caixas de ressonância de posições presentes nas pelejas ideológico-culturais” (MORAES, 2010, p. 59). Na concepção de Estado ampliado de Gramsci, a sociedade política, correspondente às forças coercitivas e educadoras do Estado, soma-se à sociedade civil, que tem nas suas instituições, ou aparelhos privados de hegemonia – imprensa, sindicatos, igrejas, movimentos sociais, partidos políticos, entidades de classe e organizações diversas - os espaços por excelência de formação política e ideológica, tensionando ou fortalecendo a hegemonia do bloco de poder. Essa materialidade da hegemonia é objetificada pelos aparelhos privados, pela sociedade civil. Com o desenvolvimento das forças produtivas, especialmente das infotelecomunicações (ITCs), cremos ser relevante entender algumas características de funcionamento da internet e SRS como aparelhos de hegemonia e como suportes tecnológicos para aparelhos privados de hegemonia. Importante destacar este aspecto: os aparelhos privados de hegemonia atuam mediando o engajamento dos sujeitos, de maneira articulada e retroalimentada, dentro e fora das redes online (BASTOS, 2020a). Neste artigo, categorizamos as Frentes Brasil Popular como aparelho privado de hegemonia composto por uma rede de aparelhos, que atua para organizar as forças políticas do campo popular, e o MBL como relevante aparelho de hegemonia que atua em diferentes frentes: como partido político, movimento social e estudantil para fortalecer e aglutinar as forças políticas alinhadas com o ultraliberalismo.

METODOLOGIA

A coleta de dados da Frente Brasil Popular foi realizada na página do Facebook⁶ do movimento nacional. A página é uma Comunidade de Organização Política, em que 157.069 pessoas curtiram e 160.176 pessoas são seguidoras. A Frente Brasil Popular se define como: “Militantes em defesa da democracia e de uma nova política econômica”. Para a coleta de dados do MBL⁷, utilizamos a página do Facebook do movimento nacional. A página em questão é uma Comunidade desta rede social na qual 3.175.865 pessoas curtiram e 3.416.910 pessoas são seguidoras. Nesta mesma página o movimento se define como “O Movimento Brasil Livre é uma entidade que visa mobilizar cidadãos em favor de uma sociedade mais livre, justa e próspera”.

Os dados foram coletados durante os meses de setembro e outubro de 2019. Em um primeiro momento, quantificamos as características do conteúdo postado (se tem texto, link, hashtag, fotografia, vídeo, ilustração) e as manifestações: as reações conforme os botões do Facebook (Curtir, Amei, Haha, Uau, Triste, Grr), comentários e compartilhamentos dos conteúdos postados. Com o avanço da pesquisa, realizamos algumas mudanças em relação ao modelo de tabela originalmente proposto no projeto. Entre as mudanças, o termo “ilustração” foi subdividido em meme/charge e informativo. Santos e Chagas (ibid. p. 193) creditam a ampliação de estudos sobre memes ao que compreendem como uma “virada epistemológica” pela qual passou a categoria. A diferenciação dos termos “fotografia”, “meme/charge” e “informativo” se justifica quando observamos que “[...] comentários ao acontecimento são enxertados [inseridos] na forma de texto na própria fotografia ou vídeo, tornando-os, no mais das vezes, conteúdos autossuficientes” (SANTOS; CHAGAS, 2018, p. 201). “Fotografia”, portanto, é o registro de um acontecimento e uma foto real. “Informativo” é quando se dá a inserção gráfica de um texto na imagem e intenção de noticiar/informar algo, obrigatoriamente acontece algum tratamento computadorizado para acrescentar o texto antes da publicação. Memes e charges também podem ser misturas de texto, imagem ou GIF, mas caracterizam-se pela sátira e pelo humor. Após a quantificação das categorias acima, para uma análise das postagens, utilizamos uma abordagem qualitativa a partir da identificação dos supertemas. Estes supertemas são as apreciações dos assuntos que são importantes e da razão pela qual eles são

⁶ Disponível em: < <https://www.facebook.com/FrenteBrasilPopular/>>. Acesso em: 23 mar. 2020. No acesso realizado em 30 mar. 2019, a página tinha 157.834 pessoas que tinham curtido e 159.784 seguidores.

⁷ Disponível em: < https://www.facebook.com/pg/mblivre/about/?ref=page_internal>. Acesso em: 23 mar. 2020. No acesso realizado em 30 mar. 2019, a página tinha 3.307.820 pessoas que tinham curtido e 3.477.959 seguidores.

importantes para o público (OROZCO GÓMEZ, 1997, p.148). Orozco Gómez (1997) afirma que eles têm o mesmo sentido dos núcleos geradores ou universos temáticos apresentados por Paulo Freire (1979) em *Pedagogia do Oprimido*.

FRENTE BRASIL POPULAR

No mês de setembro de 2020, a Frente Brasil Popular publicou 87 postagens, com equilíbrio nos formatos. Não houve publicações apenas nos dias 02 (segunda-feira), 13 (sexta-feira) e 23 (segunda-feira) deste mês. Foram categorizados 23 supertemas, sendo que os mais presentes estão diretamente relacionados: *Chamada para manifestações* e *Mobilização nas ruas*, respectivamente com 20 e 14 postagens, 39% do total das publicações. O primeiro se caracteriza fundamentalmente pela convocação do seu público para o ativismo político e o segundo representa em diferentes linguagens o ativismo político presente nas ruas, em parte como resultado dessas convocações. Em terceiro, quarto e quinto lugares, estão *Lula*, com seis publicações, *Judiciário* e *Privatizações* com cinco publicações cada.

A postagem com maior número de reações foi um apelo dos estudantes ao engajamento à luta pela Amazônia e pela Educação no 7 de setembro, categorizado com o supertema *Chamada para manifestações*, que obteve 187 reações (sendo 184 curtir e três Amei), 99 compartilhamentos e 6 comentários. Foi a segunda postagem do dia 5 de setembro de 2019, com link para o site portaldisparada.com.br. O Disparada⁸ se autodefine como uma “plataforma multimídia que surge de um sentimento comum de esgotamento dos projetos políticos hegemônicos no Brasil e da necessidade de debater uma alternativa transformadora da condição periférica brasileira”. Trata-se de iniciativa da blogosfera progressista que possui o intuito de aglutinar opiniões sobre os dilemas nacionais, com foco nas questões de desenvolvimento, democracia e soberania nacional.

Figura 1 – Convocação de estudantes para atos políticos no 7 de setembro



⁸ Disponível em: <https://portaldisparada.com.br/sobre/>. Acesso em: 29 set. 2020.

Fonte: página da Frente Brasil Popular no Facebook

Um assunto recorrente em diferentes supertemas, que converge organizações e movimentos na luta contra políticas regressivas do atual governo é a defesa da natureza e dos recursos naturais. Das 20 postagens com *Chamada para manifestações*, nove delas tinham relação com a luta pelo meio-ambiente. E das 14 publicações com o supertema *Mobilização nas ruas*, 11 delas tinham relação com a defesa da natureza. O assunto também foi o mais presente nas hashtags deste mês. Houve 45 hashtags em 26 postagens e as mais presentes foram: #GlobalClimateStrike (6), #GreveGlobalPeloClima (5) e #ClimateStrike (4). No dia 20 de setembro, o grande protesto *Greve Global pelo Clima*⁹ reuniu manifestantes em mais de 150 países, sobretudo jovens, incluindo diversas cidades do Brasil. Não que este tema seja uma novidade para os movimentos sociais que compõem a Frente Brasil Popular. Há diversos movimentos, camponeses, indígenas, de pescadores, quilombolas e ambientalistas, cujas bandeiras de luta se encontram na luta pelo meio ambiente e a soberania nacional. Muitos deles, dentre os quais o MST, também integram a Via Campesina Brasil, que é uma das organizações participantes da Frente Brasil Popular. As primeiras matérias no Jornal Sem Terra (JST) que tratam sobre agroecologia nos assentamentos são de 1994 (BASTOS, 2018), contudo os debates sobre sustentabilidade são amiúde centrais para a organização e comunicação política do MST desde o início deste século. Desde o último Congresso Nacional do Movimento, em 2014, o MST defende a reforma agrária popular, que “versa sobre um projeto de desenvolvimento para o campo, com o objetivo de produzir alimentos saudáveis sem o uso de agrotóxicos, com matriz tecnológica agroecológica, beneficiando trabalhadores do campo e da cidade” (BASTOS, 2018, p. 222). A estratégia de sensibilizar o trabalhador urbano e a sociedade em geral comunicando a relação direta entre alimentação saudável, defesa dos recursos naturais e soberania alimentar parece fazer cada vez mais sentido diante de frequentes ataques ao meio-ambiente perpetrados pelo agronegócio, que encontra guarida no Ministério do Meio Ambiente e na presidência do Brasil. A luta pela terra envolvendo povos e culturas, indígenas, quilombolas, camponeses, é a alternativa que resta frente à transformação das terras dessas populações, terra de moradia e trabalho, em terra-mercadoria, e desses povos em miseráveis e explorados (BASTOS, 2015).

A postagem com maior número de comentários é o vídeo do depoimento de Regiane Santos, de 53 anos, moradora do bairro Santa Cândida, em Curitiba, onde fica a sede da Polícia Federal, em que o ex-presidente Lula ficou preso durante 580 dias, entre o dia 07 de abril de

⁹ Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/noticia/2019/09/27/greve-global-pelo-clima-leva-nova-onda-de-manifestantes-as-ruas-contramudancas-climaticas-veja-fotos.ghtml>. Acesso em: 29 set. 2020.

2018 e 08 de novembro de 2019. Regiane Santos relata que recebeu mais de 800 pessoas para almoçar em sua casa, todos militantes do Acampamento Lula Livre, e que encontrou naquelas pessoas sua família afetiva e política. Regiane ressalta que se achava “de direita” e que agora era “PT”. A postagem foi categorizada como supertema *Lula* e soma 15 comentários, 35 compartilhamentos e 91 reações (sendo 85 Curtir e 6 Amei). Foi a segunda postagem do dia 29 de setembro de 2019, composta de vídeo (1320 views), texto, link para @brasildefato e hashtag #LulaLivre. Alguns comentários são de debates entre apoiadores e opositores de Lula. O primeiro comentário expressa concordância com a fala de Regiane Santos, enquanto o segundo discorda e ressalta o suposto apoio majoritário da vizinhança à prisão de Lula. O debate entre o quarto e quinto comentários são relevantes para nossa análise. O quarto comentário reverbera discurso que, conquanto já estivesse presente nas narrativas do PT e seus apoiadores, passou a circular principalmente a partir da série de reportagens do jornal *The Intercept Brasil*, que ficou conhecida na imprensa brasileira como “Vaza Jato”, cujo início ocorreu no dia 09 de junho de 2019 e a última reportagem publicada data de 14 de setembro de 2020¹⁰. O nome faz referência ao vazamento de informações das trocas de mensagens pelo aplicativo *Telegram* entre o então juiz Sérgio Moro, o promotor Deltan Dallagnol e outros integrantes da força-tarefa da Operação Lava Jato. A troca de mensagens revelou ao público, por meio do Intercept Brasil e veículos parceiros que compõem a mídia hegemônica, os bastidores da Lava Jato e a explícita colaboração entre Moro e os procuradores nos processos, com ênfase nas investigações que levaram à prisão o ex-presidente Lula, o líder das pesquisas naquele momento durante a corrida presidencial de 2018, o que colaborou com a vitória de Jair Bolsonaro, cujo governo Moro veio a fazer parte como Ministro da Justiça e da Segurança Pública. O comentário é a reprodução *ipsis litteris* de trecho da matéria “Reinaldo Azevedo: mentira do triplex sustentou condenação de Lula”, publicada no blog do Esmael¹¹. A reportagem no blog do Esmael, por sua vez, repercute matéria do blog do jornalista Reinaldo Azevedo¹² no Uol. O quinto comentário, crítico de Lula, a quem se refere como “Luladrão”, defende com suposto conhecimento jurídico a lisura processual da Lava Jato. O conteúdo dos comentários evidencia o fenômeno cotidiano da midiáticação, da circularidade informacional característica de um ecossistema midiático amplo, complexo e fragmentado. Neste ecossistema midiático e informacional, conteúdos

¹⁰ A compilação das 104 reportagens pode ser acessada em: <https://theintercept.com/2020/01/20/linha-do-tempo-vaza-jato/>. Acesso em: 07 out. 2020.

¹¹ A página se autodefine como uma página independente, plural e suprapartidária, que oferece conteúdos gratuitos sobre política, direito e cidadania. Disponível em: <https://www.esmaelmorais.com.br/2019/06/reinaldo-azevedo-mentira-do-triplex-sustentou-condenacao-de-lula/>. Acesso em: 08 out. 2020.

¹² Disponível em: <https://reinaldoazevedo.blogosfera.uol.com.br/2019/06/30/entenda-reportagem-e-dialogos-que-mostram-que-lula-foi-condenado-sem-provas/>. Acesso em: 08 out. 2020.

produzidos a partir da mídia hegemônica, da blogosfera e sites de redes sociais (SRS) circulam, são reproduzidos e modulados conforme a orientação ideológica dos interlocutores e das suas bolhas, as virtuais e aquelas constituídas na sociabilidade cotidiana por meio de grupos sociais e aparelhos de hegemonia. Neste caso específico, é emblemático que o jornalista Reinaldo Azevedo, que se notabilizou por ser crítico ferrenho do PT e do governo Dilma Roussef durante o processo do impeachment da ex-presidente, seja a principal voz ecoante no comentário de apoiador de Lula e da Frente Brasil Popular. O uso de sua voz e autoridade cognitiva para chancelar o argumento de apoiadores de Lula denota o poder da credibilidade da mídia hegemônica, da voz de um jornalista que, por razões que não temos conhecimento para afirmar, parece ter revisto algumas posições, ao menos publicamente.

Figura 2 – Imagem do vídeo de Regiane Santos

Figura 3 – Comentários da postagem



Fonte: página da Frente Brasil Popular no Facebook

Durante o mês de outubro de 2019, a FBP não postou conteúdo nos dias 04, 06, 08, 14, 19, 20, 21 e 22 de outubro, contudo no cômputo geral teve 97 postagens, 10 a mais que o mês de setembro. Foram categorizados 13 supertemas e tiveram maior destaque: *Chamada para manifestações*, *Lula* e *Mobilização nas ruas*, respectivamente com 23, 12 e 11 postagens, 47% do total. A postagem com maior número de reações e comentários, com o supertema *Lula*, foi um vídeo com cenas de manifestações populares no Recife em comemoração ao aniversário do ex-presidente, que contabilizou: 7500 reações (sendo cerca de 6600 Curtir, 576 Amei, 321 Haha, 17 Uau, 7 Triste e 47 Grrr), 1600 compartilhamentos e 1200 comentários. Foi a terceira postagem do dia 27 de outubro de 2019, composta de vídeo (178504 views) e legenda. Vale destacar a peleja de memes nos documentários, muitos deles ironizando e satirizando o ex-presidente Lula. Em um deles, assinado com Bolsonaro 17, novamente aparece a alcunha “Luladrão”.

Figura 4 – Meme Luladrão



Fonte: Página da FBP No Facebook

O PT e Lula foram associados à corrupção de forma sistemática pela mídia hegemônica na história recente. Venício de Lima (2015, p. 109), a partir de análise sobre o processo do “mensalão” pela mídia hegemônica, avalia que este termo se tornou um “esquema de corrupção” e se tornou o “mensalão do PT”, diferentemente da cobertura sobre fatos idênticos e anteriores identificados pela localidade, como o “mensalão mineiro”. Ainda segundo o autor “foi se construindo sistematicamente uma associação generalizada, seletiva e deliberada entre corrupção e os governos Lula e o PT, ou melhor, seus filiados e/ou simpatizantes”. Talvez como um *mea culpa* e para garantir a própria sobrevivência diante da crise democrática em que nos instalamos, com ataques frequentes às instituições, inclusive à imprensa, pelo presidente Bolsonaro e seus seguidores, em recente coluna¹³ do Diretor de Redação do Jornal O Globo, Ascânio Seleme, o jornalista sugere que é “hora de perdoar o PT”.

MOVIMENTO BRASIL LIVRE (MBL)

No mês de setembro, o MBL fez um total de 402 postagens em sua página nacional no Facebook, que totalizaram 953.426 reações. Dentre os 21 supertemas categorizados, os mais presentes foram *Legislativo* (78), *Autopromoção* (60), *Judiciário* (25), *Internacional* (20) e *Lula* (20). A postagem com maior número de reações e comentários foi a transmissão ao vivo do discurso de Bolsonaro na abertura da Assembleia Geral da ONU, cujos dados somaram cerca de 41 mil reações (sendo 30 mil Curtir, 8500 Amei, 962 Haha, 238 Uau, 130 Triste, 472 Grrr),

¹³ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/opiniaoe-hora-de-perdoar-pt-24527685>. Acesso em: 09 out. 2020.

18 mil compartilhamentos e 25 mil comentários. Foi a quinta postagem do dia 24 de setembro de 2019, composta de vídeo (604 mil views) e legenda.

Em outubro de 2019, o MBL realizou 478 postagens, que tiveram 958.533 reações. Seus vídeos contabilizaram 6.176.067 visualizações. Foram categorizados 19 supertemas, com destaque para *Autopromoção* (92), *Legislativo* (63), *Bolsonaro* (44), *Internacional* (33), *Lula* (32) e *Corrupção* (30). A postagem com maior número de reações, categorizada como supertema *Opinião de pessoa pública*, em que o MBL repercute fala do chefe de cozinha Olivier Anquier, na qual chama o funk de “mediocridade sonora” e critica o naquele momento Secretário de Cultura de São Paulo, Alexandre Youssef. A postagem teve cerca de 17 mil reações (sendo 14 mil Curtir, 2100 Amei, 732 Haha, 50 Uau, 5 Tristes e 13 Grrr), 4 mil compartilhamentos e 4500 comentários. Foi a décima quarta postagem do dia 2 de outubro de 2019, composta de link para @mblnews. A postagem com maior número de comentários, que faz um apelo à interação com pergunta ambígua, irônica, com relação à Deputada Federal Joice Hasselmann, do PSL-SP: “Você votaria na Joice para presidente?”. A deputada se notabilizou por ser defensora ferrenha do presidente Jair Bolsonaro. A postagem teve cerca de 15 mil comentários, 1 mil compartilhamentos e 15 mil reações (sendo 3500 Curtir, 122 Amei, 10 mil Haha, 102 Uau, 87 Triste e 1900 Grrr). Foi a primeira postagem do dia 26 de outubro, composta de link para @mblnews e legenda. Os comentários em sua maioria são críticos à deputada, conquanto destaquem sua “inteligência”.

Ao cotejar os resultados apresentados neste artigo com pesquisas anteriores sobre o MBL, com ênfase no uso da comunicação digital para fortalecimento e projeção política do Movimento, vale ressaltar a transformação da organização concomitantemente ao uso da comunicação digital. Santos e Chagas (2018, p. 192) avaliam em produção recente que a atuação do MBL nas redes sociais vai além de seu uso estritamente on-line, pois utilizam as mídias digitais para convocar manifestações e procuram desenvolver uma linguagem que amplifique ao máximo suas bandeiras políticas, reduzindo as informações e as tornando chamativas e atrativas aos usuários na rede. Conquanto as características da linguagem tenham permanecido, como o uso intenso de memes, as temáticas se alteraram radicalmente com a ascensão de lideranças que passaram a ocupar cargos públicos. A promoção da agenda política das lideranças do MBL, bem como as notícias do Legislativo produzidas pelo próprio Movimento, estiveram presentes em um terço das postagens. As Chamadas para manifestações, que alçaram o MBL ao posto de destaque no processo do impeachment de Dilma Roussef, foram direcionadas ao Congresso, ao ato Lava Toga e para os atos favoráveis à prisão após

condenação em segunda instância. Os registos dos eventos evidenciam pouca participação popular.

USOS DOS LINKS PELAS ORGANIZAÇÕES

Com relação aos links compartilhados nas postagens da FBP, identificamos mudança com relação ao padrão adotado nas eleições presidenciais de 2018 (BASTOS, 2020b). Naquele momento, a principal fonte de informações estava ligada à estrutura de comunicação da Central Única dos Trabalhadores (CUT), sendo prevalentes o uso de informações da TV dos Trabalhadores (TVT), emissora educativa mantida pelo Sindicato dos Metalúrgicos do ABC e pelo Sindicato dos Bancários e Financieiros de São Paulo, Osasco e Região, vinculados à CUT. Nesta pesquisa, em que nossa análise recaiu sobre o cotidiano da página, sem enfoque em momentos políticos específicos, a maior fonte de informações foi o Jornal Brasil de Fato. O Brasil de Fato ¹⁴(BdF) foi lançado como semanário nacional no Fórum Social Mundial de Porto Alegre, em janeiro de 2003. O BdF é formado por um site de notícias, radioagência, jornais regionais no Rio de Janeiro, em Minas Gerais, em São Paulo, no Paraná e em Pernambuco. A direção editorial do Brasil de Fato conta com a participação de muitos quadros formados e atuantes no MST. O principal objetivo do veículo é analisar os fatos e informar a população com uma perspectiva popular. Igor Felipe¹⁵, que é do Setor de Comunicação do MST, esteve à frente do projeto para criação do Jornal Brasil de Fato em formato tabloide, em 2013. Ele explica que a linguagem e estética do jornal envolvem estratégia para incutir na população uma perspectiva popular. É um jornal de esquerda, mas apresenta assuntos comuns do cotidiano de qualquer jornal, como esportes e horóscopo. Entretanto, Igor Felipe ressalta que é um projeto que possui estrutura independente do MST. A intensa utilização de links do Brasil de Fato, de centrais sindicais e meios de comunicação ligados a organizações e movimentos sociais, manifesta o papel desempenhado pela comunicação popular e alternativa na produção e circulação de conteúdo das lutas da Frente Brasil Popular.

Com relação aos links utilizados pelo MBL, é perceptível o caráter autorreferente da organização e o uso do seu próprio site, o MBL News, como principal fonte de “notícias”. O uso de aspas é necessário, pois o conteúdo supostamente jornalístico possui o caráter flagrante de propaganda ideológica do Movimento. Dos 505 links identificados, 56% foram do MBL

¹⁴ Disponível em: < <https://www.brasildefato.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 29 jan. 2019.

¹⁵ A entrevista nos foi concedida na Secretaria Nacional do MST, em São Paulo, dia 29/07/2014.

News. É recorrente o uso de títulos sensacionalistas, opiniões, pronunciamentos em outros SRS ou na grande mídia, geralmente abordando temáticas sensíveis, proferidos por celebridades e pessoas públicas, pertencentes à esfera políticas ou não, influenciadores, atores globais, políticos, escritores e youtubers.

Figura 5 – Exemplos de postagens de links do MBL News



Fonte: Página do MBL no Facebook

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É alarmante para os movimentos sociais progressistas, a eficiência com que movimentos sociais regressivos, como o MBL, administram suas páginas, logrando colocar em circulação amplo conteúdo que vincula seu público à ideologia do Movimento. Este é o aspecto central na compreensão que desenvolvemos sobre engajamento: a vinculação social, afetiva e gustativa do sujeito com determinada ideologia, amiúde midiaticizada (BASTOS, 2020). Nesse ínterim, há retroalimentação entre os filtros bolha (PARISER, 2012), constituídos pelo sistema de algoritmos, e as bolhas constituídas na sociabilidade cotidiana. A quantidade de reações, comentários e compartilhamentos denota que o público impactado é muito maior do que movimentos como a Frente Brasil Popular ou outras organizações populares e movimentos sociais. Enquanto a Frente constantemente apela ao envolvimento do seu público, com narrativas de ação política, o MBL apela à interação com narrativas privadas e criação de polêmicas generalizadas. Nota-se também que a maioria dos links que constam na página do MBL redirecionam para sites relacionados ao próprio movimento. O emprego de termos como “regime militar” e a resignificação de hashtags como #dia7depretonarua são algumas das consequências do comportamento dessa organização como fonte de notícias. A página possui alta e numerosa capacidade de criação de conteúdo, muitas vezes com características

publicitárias, desenvolvido por profissionais. Com relação ao nível profissional do conteúdo postado, sobretudo audiovisual, à estratégia de comunicação integrada entre site e mídias sociais, à estratégia na programação de postagens, conforme os picos de audiência da plataforma, e padrão visual e textual, a Frente está atrás do MBL. Isso não significa que este seja o fator mais determinante para o maior número de seguidores do MBL. A página do MBL no Facebook possui 3.400.731 seguidores, 21, 2 vezes mais que a Frente Brasil Popular. Relacionando esses dados com a argumentação de Seth Finkelstein (2008), na qual os resultados do cálculo algorítmico refletem as lutas políticas da sociedade e reforçam hierarquias existentes, essa ampla vantagem de seguidores do MBL se deve principalmente à hegemonia de sua ideologia na sociedade. Claro que não devemos menosprezar a eficácia das estratégias de comunicação digital que analisamos aqui. Não obstante, argumentamos que essa supremacia no número de seguidores é tributária, em última instância, da sua ideologia hegemônica na formação econômico-social deste momento histórico, corroborada e retroalimentada por características ideológicas fundamentais da mídia hegemônica e do Estado: a liberdade de imprensa, o livre mercado e o Estado mínimo (BASTOS, 2020b). Inquietou-nos a prática contínua de ocultação de postagens no feed, o que provavelmente indica o receio dos membros do MBL em sofrerem algum tipo de acusação ou processo pelo conteúdo postado. Já a Frente Brasil Popular demonstra ter maior atenção ao aspecto informativo e organizativo dos seus conteúdos, utilizando-se para isso da construção de redes de comunicação com outros movimentos sociais e conteúdos produzidos coletivamente. Com relação ao formato, há grande proximidade no percentual de uso de imagens, produção audiovisual e produções gráficas. O elemento diferenciador está no grande percentual de conteúdo informativo, com uso de texto e imagem pelo MBL, que totaliza 60% do total, o que compreendemos como uma tática de uso da linguagem para fins persuasivos. Por fim, em futuras pesquisas pretendemos nos aprofundar no estudo dos padrões de interação entre o público e postagem, reações e supertemas, e na percepção de como as postagens interagem com os conteúdos em circulação na própria rede e na grande mídia.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Pablo Nabarrete. **Marcha dialética do MST: formação política entre campo e cidade**. 2015. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-29062015-151022/>>. Acesso em: 29/03/2018.

- BASTOS, Pablo Nabarrete; SILVA, Denise Terezinha da. Análise das postagens e interações das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo durante a greve geral de 28 de abril de 2017. In: **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2017, Curitiba. Anais... Curitiba: Universidade Positivo – UP, 2017.
- BASTOS, Pablo Nabarrete. Desafios políticos e dialógicos ao Projeto de Reforma Agrária Popular do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST. **Eptic On-Line (UFS)**. , v.20, p.220 - 235, 2018.
- BASTOS, P. N. Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito. **MATRIZES**, v. 14, n. 1, p. 193-220, 7 maio 2020a.
- BASTOS, P. N. Atuação das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo no Facebook na campanha presidencial de 2018. **E-Compós**, 10 set. 2020b.
- FINKELSTEIN, Seth. **Google, links, and popularity versus authority**. In: TUROW, Joseph; TSUI, Lokman (Ed.). *The Hyperlinked Society: Questioning Connections in the Digital Age*. Ann Arbor: University of Michigan Press., p. 104–120, 2008.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- HELLER, A. **O cotidiano e a história**. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2004.
- LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno**. Lisboa: Ulisseia, 1969.
- LIMA, Venício A. de. **A direita e os meios de comunicação**. In: CRUZ, Velasco e; KAYSEL, André; CODAS, Gustavo (orgs.) *Direita, volver! : o retorno da direita e o ciclo político*. São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2015.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. Guadalajara : Universidad Nacional de La Plata/Instituto Mexicano para el desarrollo comunitario, 1997.
- MARTINS, Marcos Francisco. Educação, cidadania regressiva e movimentos sociais regressivos: o MBL em questão. **Crítica Educativa (Sorocaba/SP)**, v. 4, n. 2, p. 41-68, jul./dez.2018.
- MORAES, Dênis de. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **REVISTA DEBATES**, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.
- PARISER, E. **O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2012.
- SANTOS, J. G.; CHAGAS, V. Direita transante: enquadramentos pessoais e agenda ultraliberal do MBL. **Matrizes**, v. 12, n. 3, p. 189-214, 26 dez. 2018. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/matrizes/article/view/147928>>. Acesso em: 25 mar. 2019.