

## Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais

### A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA

Daniel José do Nascimento Ferreira<sup>1</sup>; Marcos Roberto Pires Gregolin<sup>2</sup>

**Resumo:** O presente trabalho analisou o *Facebook* do movimento social de agricultura familiar, a Articulação no Semiárido Brasileiro (ASA), com a proposta de compreender em que medida o espaço dessa mídia social contribui e influência para a legitimação e a propagação do seu projeto político. Metodologicamente, refere-se a uma pesquisa qualitativa a partir de uma dada realidade empírica, em que se utilizou de análise de conteúdos do *Facebook* e de aportes teóricos para fundamentar a discussão. O estudo evidenciou que os conteúdos postados na *fan page* remetem às bandeiras e às causas de luta da ASA, ou seja, conectam-se com o seu projeto político-institucional, principalmente com a pauta da convivência com o Semiárido, e seus diversos temas relacionados a esta perspectiva, como a agricultura familiar agroecológica, tecnologias sociais, povos tradicionais, sementes crioulas, juventude do campo e agricultoras agroecológicas. Por tanto, este artigo concluiu que essa mídia social serve para validar e propagar o projeto político-institucional da ASA.

**Palavras-chave:** Agricultura Familiar; Movimentos sociais; Mídias sociais; *Facebook*

---

<sup>1</sup> Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural. Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local e Doutorando em Extensão Rural. [danieljnferreira@gmail.com](mailto:danieljnferreira@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural. Mestre em Desenvolvimento Rural Sustentável e Doutorando em Extensão Rural. [marcosgregolin@yahoo.br](mailto:marcosgregolin@yahoo.br)

## Political-institutional action in Social Media times

### The experience of “*Articulação do Semiárido Brasileiro – ASA*”

Daniel José do Nascimento Ferreira<sup>1</sup>; Marcos Roberto Pires Gregolin<sup>2</sup>

**Abstract:** The present work analyzed the Facebook’s page of Social Movement of Family Farming - the “*Articulação no Semiárido Brasileiro (ASA)*” - with the proposal to understand to what extent the space of this social media contributes and influences to the legitimization and the propagation of its political project. Methodologically, it refers to a qualitative research based on a given empirical reality, using content analysis in the Facebook and theoretical contributions to support the discussion. The study evidenced that the contents posted in the fan page refer to the flags and causes of the struggle of the ASA, i.e., connect with its political-institutional project, mainly with the agenda of living with the Semiarid, and its various themes related to this perspective, such as agroecological family farming, social technologies, traditional peoples, creole seeds, rural youth and agroecological farmers. Therefore, this article concluded that this social media serves to validate and propagate the political-institutional project of ASA.

**Keywords:** Family Farming; Social Movements; Social Media; Facebook

---

<sup>1</sup> Santa Maria Federal University (UFSM). Rural Extension Post-graduate Program. Ph.D student and M.S. in Development and Rural Extension. [danieljnferreira@gmail.com](mailto:danieljnferreira@gmail.com)

<sup>2</sup> Santa Maria Federal University (UFSM). Rural Extension Post-graduate Program. Ph.D student and M.S. in Development and Rural Extension. [marcosgregolin@yahoo.br](mailto:marcosgregolin@yahoo.br)

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

## INTRODUÇÃO

Desde os anos 90, a Articulação no Semiárido Brasileiro – ASA<sup>1</sup> vem defendendo e propagando práticas com suas bandeiras de lutas e causas sociais da agricultura familiar, como o acesso e à democratização da água, e, em especial, a construção da perspectiva da convivência com o Semiárido. Hoje, a ASA se consolida como importante movimento social em defesa dos direitos das famílias agricultoras da região.

Vale destacar que a partir dos anos 1970, no Brasil, o campo sofreu as consequências de um desenvolvimento excludente, evidenciado na degradação dos recursos naturais, na concentração fundiária, no êxodo rural, nas transformações dos sistemas de produção e de relações sociais. Neste contexto, os diversos agentes sociais, demonstrando resistência aos problemas decorrentes deste processo de modernização, assim, surgia movimentos importantes em prol da agricultura familiar. Colaborando com esse debate, Martins (1989) coloca que a resistência camponesa significa mais do que uma luta pela terra, pela água; uma luta pela preservação de um modo de vida, baseado no trabalho coletivo do mutirão, na preservação da agricultura familiar e na sociabilidade entre parentes, compadres e vizinhos, uma alternativa real à degradação e à miséria. Desde então, os movimentos sociais vêm se consolidando como atores importantes para populações rurais e para seus territórios.

Nesse sentido, enquanto um movimento da agricultura familiar, a ASA é formada por mais de três mil organizações da sociedade civil de distintas naturezas – sindicatos rurais, associações de agricultores e agricultoras, cooperativas, Organizações da Sociedade Civil (ONGs) e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs), que estão nos 10 estados que compõem o Semiárido brasileiro (Minas Gerais, Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí e Maranhão).

As ações da ASA estão pautadas, principalmente, na cultura do estoque de água,

---

<sup>1</sup> Informações pesquisadas no portal institucional da ASA: [www.asabrasil.org.br](http://www.asabrasil.org.br). A Articulação tem escritório central na cidade do Recife – PE.

alimentos, sementes, animais e todos os elementos necessários à vida na região. É neste contexto, que surgem as tecnologias sociais de grande importância dentro da estratégia da convivência, como as cisternas de placas, que captam e armazenam água de chuva para consumo humano (16 mil litros) ao lado das casas das famílias e de escolas rurais, e também para a produção de alimentos (52 mil litros).

A ASA tem se utilizado da comunicação como instrumento de mobilização social, para sistematização de boas práticas e ainda para articulação de intercâmbios de experiências junto às famílias agricultoras. Tais estratégias envolvendo a comunicação servem para promover a construção coletiva do conhecimento e ainda como mecanismo de divulgação nas mídias sociais, por exemplo, no Facebook<sup>2</sup>. Historicamente, a comunicação e seus processos para além de disseminar informações e “publicizar” as ações dos movimentos sociais rurais, também parece oportunizar a legitimação do seu trabalho e das suas “bandeiras” de lutas/reivindicações, quando mobilizam e articulam politicamente frente ao seu público e, sobretudo, aos seus parceiros.

Nessa mesma direção colocada anteriormente, percebe-se cada vez mais a utilização da comunicação, em especial das mídias sociais, pelos movimentos sociais na contemporaneidade, como estratégia de presença e visibilidade pública, que garante notoriedade e reconhecimento para o seu projeto política. De acordo com Prazeres (2009), as coisas não estão deslocadas. “Comunicação e projeto político andam juntos. A comunicação é um dos pilares da atuação política de organizações e movimentos sociais” (PRAZERES, 2009, p.02).

Nessa perspectiva, a comunicação como aliada no fortalecimento do projeto político,

---

<sup>2</sup> O Facebook é a maior mídia social atualmente com funcionalidades bem diversas, tornando-se cada vez mais um grande ciberespaço social de disseminação de conhecimentos e trocas de informações. Há na rede 1,7 bilhão de usuários ativos por mês, com mais de 50 milhões de páginas. É um grande “território” de mobilizações e interações entre pessoas do mundo inteiro, com cliques, comentários e postagens, envolvendo as diversas linguagens e narrativas, como textos, fotografias e vídeos.

parece ser ampliada, reforçada e potencializada, principalmente, em tempos de mídias sociais, quando movimentos sociais se depararam cada vez com a escassez, ou corte, de recursos por parte dos seus financiadores, sejam eles públicos, privados ou oriundos de agências internacionais. No entanto, ainda é tímida no Brasil pesquisa com mídias sociais envolvendo organizações e movimentos sociais (rurais).

Por isso, este trabalho foi conduzido a partir dos seguintes questionamentos: Como e de que forma o Facebook contribui na legitimação do projeto político da ASA? Quais os temas mais recorrentes no Facebook e até que ponto as temáticas favorecem na consolidação do projeto político da ASA enquanto movimento social? Estas questões tentaram nortear a pesquisa tanto no debate teórico como na análise e na discussão dos dados e informações coletadas.

Nesse caminho, objetivamente, esta pesquisa propôs analisar o Facebook da ASA e compreender em que medida o espaço dessa mídia social contribui e influência para legitimação/validação e propagação do seu projeto político. Ao final, o trabalho trouxe algumas considerações e reflexões em relação ao Facebook como importante espaço de visibilidade ao projeto político. Assim, surge como potencial território virtual na legitimação de suas “bandeiras de lutas” sociais, bem como uma nova possibilidade de captação e mobilização de recursos. E, ainda, reforçar sua credibilidade e ampliar o diálogo com o seu público prioritário, apoiadores, financiadores e sociedade, no geral.

## **MOVIMENTOS SOCIAIS NA INTERNET: DIÁLOGOS E CONEXÕES COM O FACEBOOK**

Cada vez mais a Internet, com advento das mídias sociais, tem ocupado maior centralidade na ação institucional dos movimentos sociais, aliando-se nas possibilidades e estratégias de interação social. Este universo parece ser um campo interessante não só do ponto de vista da pesquisa acadêmica, mas que merece atenção e análise junto aos profissionais e “militantes” que estão dentro desses movimentos.

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

Gohn (2003) coloca que “na atualidade os movimentos sociais intervêm por meio das redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais, utilizando, muitas vezes, os novos meios de comunicação e informação” (GOHN, 2003, p.42), como os usos da Internet. Bimber (2000) acrescenta que o engajamento na Internet pelos movimentos pode estar ligado aos fenômenos sociais e políticos sujeitos a mudanças de acordo com o contexto ou a situação de dado período. Tal afirmação leva a analisar como se dá a mobilização e articulação dos movimentos sociais nesta atual conjuntura política no Brasil, frente aos cortes e redução de gastos e anulação de determinadas políticas públicas, principalmente, as políticas voltadas à agricultura familiar no Semiárido brasileiro.

Outra questão que deve ser levada em consideração é pensar na Internet como alternativa para influenciar o engajamento e a visibilidade do projeto político-institucional dos movimentos sociais. Nessa perspectiva, vários autores defendem a hipótese e reforçam que os recursos da Internet seriam também utilizados, fundamentalmente, para expandir as chances de participação daqueles que já estariam previamente engajados, principalmente em tempos de mídias sociais (NORRIS, 2000; 2003, SCHEUFELE; NISBET, 2002).

Para adentrar em outras questões teóricas mais à frente, faz-se necessário esclarecer o que parece ser uma confusão conceitual e usual em relação às expressões “redes sociais” e “mídias sociais”. O primeiro termo é o mais utilizado quando se fala das ferramentas e sites que permitem a conexão entre usuários (GARCIA, 2011).

Já segundo Graeff (apud CAMINADA, 2010), as mídias sociais podem ser definidas como

[...] mídias que permitem comunicação de ‘muitos para muitos’, e a criação (individual ou colaborativa), o compartilhamento e a distribuição de conteúdo – textos, imagens e vídeos – em uma ou mais plataformas (como Internet e celulares). São mídias que não só convidam ao envolvimento e participação, mas tornam-se melhores com isso (CAMINADA, 2010, p. 17).

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

As mídias sociais são fenômenos da sociedade contemporânea e estão também relacionadas à vida e ao cotidiano das pessoas, das organizações e dos movimentos sociais. Não é algo passageiro, veio para ficar, como defendem as autoras:

A mídia social não é uma moda ou uma tendência. Com um acesso praticamente universal à World Wide Web e a presença em todos os lugares de telefones celulares e e-mail, o uso da mídia social só irá crescer. Ela está se enraizando pela maneira com a qual as pessoas se relacionam e trabalham umas com as outras (KANTER; FINE, 2011, p. 7).

Nesse caso, volta-se à compreensão do *Facebook* como um fenômeno de mídia social no contexto dos movimentos sociais, especificamente a *fan page*<sup>3</sup> da ASA. A utilização de mídias sociais pelos movimentos sociais ainda é recente e que precisam aprofundamento de estudos, no entanto, é algo que vem crescendo cada vez mais no Brasil. Servem para mobilizar pessoas e organizações em torno de interesse, projetos e objetivos que acreditam e defendem para uma sociedade melhor e justa.

Para propagar suas “bandeiras de lutas”, defender suas causas e disseminar suas ações perante a sociedade, os movimentos sociais precisam garantir sua visibilidade, ou seja, a voz dos movimentos precisa ser ouvida. Atualmente, a propagação e a ressonância desse discurso se propagam e “ganham fôlego” nas mídias sociais, sobretudo no *Facebook*.

Machado (2007) ainda coloca que as mídias sociais são também um espaço público e virtual de fazer resistência:

Em tempo de crescente protagonismo das mais variadas formas de mídias digitais nos quais a era informacional deixa de ser uma promessa malfadada para se tornar uma realidade incontestável [...], como formas inusitadas de resistência política se ocupam de fazer frente a um comando cada vez mais distribuído e silencioso (MACHADO, 2007, p. 18).

Esse engajamento e visibilidade podem se dar devido à facilidade de adaptação e

---

<sup>3</sup> É uma página específica dentro do *Facebook* direcionada para empresas, marcas ou produtos, associações, movimentos sociais, sindicatos, autônomos, ou seja, qualquer organização com ou sem fins lucrativos que desejem interagir com os seus clientes, colaboradores e parceiros no *Facebook*.

mudanças pelos movimentos sociais, nos últimos anos, em novas formas de sociabilidade e de comunicação para além das ruas e dos espaços políticos, como é caso das mídias sociais. Nessa lógica, Castells (2000) ressalta que “grande parte do sucesso dos movimentos deve-se à sua capacidade de adaptação às condições de comunicação e mobilizações apresentadas com o advento das mídias sociais” (CASTELLS, 2000, p.56).

O *Facebook* permite aos movimentos sociais difundir suas causas com mais agilidade, instantaneidade e livre de formalidades. Tais características são importantes para a concretização da rápida mobilização que os movimentos sociais propõem. Leva crer que essa visibilidade pública pode, de certa forma, assegurar uma participação e engajamento aos movimentos sociais junto aos seus diversos públicos, validando e legitimando assim seu projeto político-institucional.

## PERCURSO METODOLÓGICO

Este estudo parte do pressuposto de que o ato de pesquisar é um procedimento reflexivo, sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos fatos ou dados, soluções ou leis, em qualquer área do conhecimento (RAMPAZZO, 2005). Ao se estabelecer que esta pesquisa tenha como foco a análise de uma realidade empírica, evidencia-se que a pesquisa que tem como objeto estas realidades “exige contextualização, descrição e avaliação da literatura e da teoria existente sobre o tema” (VASCONCELOS, 2007, p. 159).

Infer-se que esta pesquisa se classifica como qualitativa, tendo em vista que se debruça sobre “pequenas amostras que proporcionam percepções e compreensão do contexto do problema” (MALHOTRA, 2006, p.62). Contudo, neste estudo não se nega a relação entre dados qualitativos e quantitativos, tampouco se apregoa uma relação antagônica entre as informações tidas como “letras” e as tidas como “números”. Isto se deve ao fato de que se lançou mão da análise da incidência dos fenômenos para que posteriormente se tornasse possível fazer inferências descritivas a respeito da situação analisada.

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

Pode-se também classificar esta pesquisa como um estudo de caso, pois reúne informações detalhadas com vistas a conhecer a totalidade de uma situação. De acordo com Yin, “o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade” (YIN, 2010, p. 39).

Mediante a abordagem anterior, apresenta-se como caso empírico deste estudo a *fan page* da Articulação no Semiárido Brasileiro (ASA)<sup>4</sup> e como objeto da análise as postagens nela realizadas. Valeu-se da análise de conteúdo como caminho para este estudo, muito pelo fato de que ela fornece os elementos de resposta e os instrumentos que permitem uma medida aproximada de legibilidade (KIENTZ, 1973). Contudo, compreende-se que a escolha da análise de conteúdo não deve simplesmente ao fato de que são falas ou discursos a serem trabalhados, e sim pelo fato de que a análise de conteúdo é “um instrumento de análise de comunicações” (BARDIN, 1977, p. 13). Nesse sentido, “a análise das mensagens que são difundidas pelos meios permite, entretanto, apurar com exatidão as atitudes, as tendências e, em última análise, o espírito que caracteriza o jornal, a emissora de rádio ou a rede de televisão” (KIENTZ, 1973, p. 58).

Tendo por base o entendimento de que “a formação em análise de conteúdo se faz pela prática” (BARDIN, 1977, p.49), optou-se por seguir os seguintes passos na realização deste estudo. Seleção e delimitação temporal do corpus de análise; pré-análise dos conteúdos; prospecção de categorias de análise; exploração do material; tratamento dos resultados, interpretações e inferências (BARDIN, 1977, p. 102).

A investigação resultou na análise das postagens, curtidas e compartilhamentos da *fanpage* da ASA ocorridas no mês de agosto de 2017. Coube, ainda, a pesquisa se debruçar na observação das diversas linguagens e narrativas ancoradas nessa mídia social: textos, imagens, infográficos<sup>5</sup> e vídeos. Nesta perspectiva, Laville e Dionne (1999) destacam que não

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://fb.com/articulacaosemiariado>>. Acesso em 04 dez. 2017.

<sup>5</sup> Apresentação de informações com preponderância de elementos gráfico-visuais (desenho, diagrama estatístico, etc.) integrados em textos sintéticos e dados numéricos.

importa o formato a ser analisado, que podem ser visuais, sonoros e escritos, o importante é suas inferências, uma vez que “os dados estão lá, resta fazer sua triagem, criticá-los, isto é, julgar sua qualidade em função das necessidades da pesquisa” (LAVILLE; DIONNE, 1999, p. 166).

Após a coleta de informações no *Facebook* da ASA e da análise de conteúdos, os dados obtidos foram compilados, agrupados a partir das postagens e analisados tendo por base a prospecção de categorias realizadas no momento de exploração preliminar do corpus do estudo. A delimitação de categorias foi realizada a priori e com o andamento da pesquisa chegou-se a conclusão de que estas eram adequadas e suficientes para o atendimento do objetivo proposto, não sendo necessária a definição de novas categorias a posteriori.

Por categorias, entende-se um conjunto de elementos agrupados sob um título significativo, em razão de características comuns entre si (BARDIN, 1977, p. 117). Sendo assim, apresentam-se as categorias por meio das quais foram organizadas as informações analisadas: 1) “Ações”: São informações de ações da ASA, como eventos, atividades, encontros, seminários, experiências e intercâmbios; 2) “Político-institucional”: Publicações e debate de cunho político-institucional, que demonstram posicionamento político da ASA, que busca articular politicamente as pessoas e os grupos, conscientizar e mobilizar para a luta por direitos (ou perda de direitos que ameaçam as famílias agricultoras); 3) “Convivência com o Semiárido”: Pautas relacionadas ao acesso e democratização da água, sementes crioulas, agroecologia, tecnologias sociais, comunicação população, mudanças climáticas, desertificação, etc; e 4) “Articulação institucional”: Divulgação das parcerias e convênios com instituições governamentais e organismos internacionais, reuniões e oficinas de mobilização de recursos e monitoramentos de ações, etc.

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

## ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

### Caracterização do Facebook da ASA

A página do Facebook da ASA têm 22.663 curtidas e 22.516 seguidores (Figura 1, destaque na cor vermelha, número 1).

Figura 1 – Panorama do Facebook da ASA



Fonte: Elaborado pelos autores.

Está organizada em:

- i. Página Inicial: Onde realiza todas as postagens;
- ii. Sobre: Contém informações institucionais, como missão, endereço, e-mail, telefone e links para outras plataformas (site e Twitter);
- iii. Eventos: São agendas de atividades, mobilizações e articulações políticas e sociais;

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

- iv. Fotos: Reúne o banco de imagens e está organizado por álbuns;
- v. Vídeos: Espaço que armazena todos os tipos e formatos dos materiais audiovisuais, como Ao Vivo, documentários, etc.;
- vi. Comunidade: Observa-se as postagens que as pessoas marcaram a ASA ou compartilharam publicações da página;
- vii. Avaliações: Local para os internautas avaliarem a *fan page*, e;
- viii. Publicações: Abrange somente as publicações do dia a dia (Figura 1, destaque na cor vermelha, número 2).

A página ainda tem outros elementos (Figura 1, destaque na cor vermelha, número 3), como canais de “Fale conosco” e “Mensagem”, para os internautas entrarem em contato com a ASA, além de botões para “curtir” e “seguir”. O próprio *Facebook* destaca que é uma página que responde de imediato as demandas ou mensagens que chegam. Numa escala de 0 a 5, qualquer *fan page* pode ser avaliada no mundo inteiro pelo internauta por causa da relevância dos conteúdos, dinamização e interação. A Articulação atualmente tem nota 4,7, quase excelente para os critérios do *Facebook*.

A atualização de postagens na *fan page* acontece diariamente, especificamente de segunda a sexta-feira, excepcionalmente em feriados ou finais de semana, quando tem algum evento, mobilização ou ato para cobrir. Ao todo, são seis jornalistas que compõem o Núcleo de Assessoria de Comunicação da ASA – ASACom. Em outros períodos, já chegou a 11 jornalistas. Uma estratégia para contribuir com a comunicação é contar com o apoio e o envio de conteúdos de mais de mil comunicadores populares e técnicos rurais das organizações que compõem a ASA, que estão organizados através da Rede de Comunicadores Populares da ASA.

## Análise e resultados da pesquisa

Ao todo, foram publicadas e analisadas na *fan page* da ASA 52 postagens, referente ao mês de agosto de 2017 (uma média de 2 a 4 postagens/dia). As quatro categorias construídas para a pesquisa: 1) “Ações”; 2) “Político-institucional”; 3) “Convivência com o Semiárido”; e 4) “Articulação institucional”, foram importantes não só para organizar e tabular as informações, mas permitiu elaborar um panorama e sistematizar a análise. As 52 postagens, no total, tiveram 1649 curtidas e 547 compartilhamentos.

Ao analisar as categorias e os números de postagens, verifica-se 54% dos conteúdos publicados estão relacionados à causa da “Convivência com o Semiárido” (categoria 3), em seguida vem categoria 1 referente às “Ações” com 19%; a categoria 2) “Político-institucional” com 17% e por último Categoria 4) “Articulação institucional” com 10%.

Os temas das postagens da categoria 3) “Convivência com o Semiárido” estão relacionados ao acesso e democratização da água, gestão dos recursos hídricos, sementes crioulas, agroecologia, tecnologias sociais, comunicação população, mudanças climáticas, bioma Caatinga, tecnologias sociais e desertificação, como representado na postagem do dia 01 de agosto (ilustrado na Figura 2).

As 52 postagens analisadas aparecem, na maioria das vezes, com o link de matérias do portal da ASA<sup>6</sup> ou de sites de outros parceiros, ou seja, a *fan page* é uma “porta de entrada” para o portal da ASA. Junto com o link, dentro do box de texto do *Facebook*, acompanha um título, que no caso acima é “Tecnologias sociais do Semiárido”, com um texto curto, de um a dois parágrafos – uma espécie de resumo do conteúdo, com fotos, vídeo ou infográfico. Chama à atenção nesse período analisado só aparecer uma única vez um vídeo em animação.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.asabrasil.org.br>>. Acesso em 04 dez. 2017.

Figura 2 – Postagem do dia 01/08 sobre a tecnologia social do Fogão Agroecológico



Fonte: Elaborado pelos autores.

Em relação às curtidas, a maior incidência vem na categoria 3 (47%), a pauta da “Convivência com o Semiárido”, e segunda lugar vem a categoria 4 (27%). Em seguida, categoria 2 (15%) e por última a categoria 1 (11%).

No que se refere ao compartilhamento das publicações, aparecem nesta sequência de incidência às categorias: 3) “Convivência com o Semiárido” com 39%; 4) “Articulação institucional” com 36%; 2) “Político-institucional” com 18% e 1) “Ações” com 7%.

Das 52 postagens analisadas, destaca a publicação do dia 22 de agosto, com o título “Cisternas do Semiárido ganham prêmio global” (Figura 3), que teve uma grande repercussão

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

no período analisado. Foram 151 curtidas e 110 compartilhamentos.

Figura 3 – Publicação sobre premiação para as cisternas



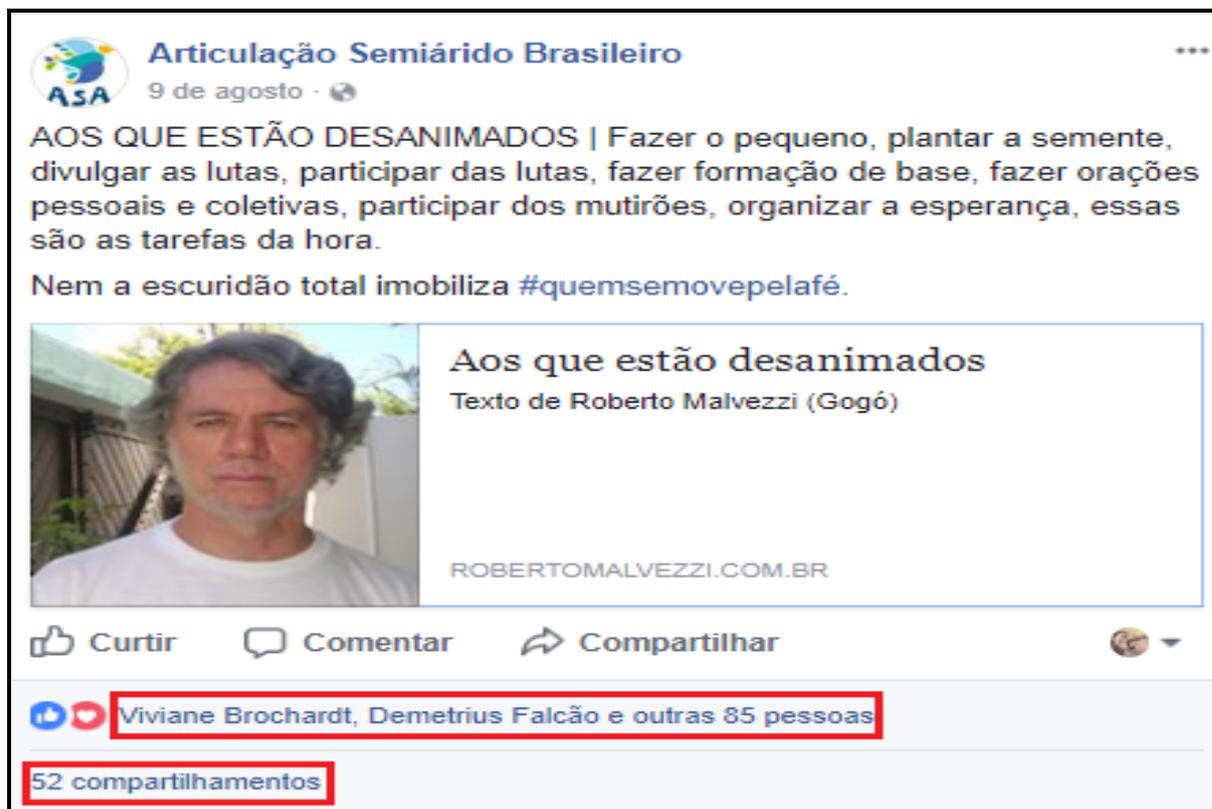
Fonte: Elaborado pelos autores.

Outra postagem de grande repercussão foi no dia 09 de agosto (Figura 4), um artigo escrito por um militante histórico do Semiárido (Roberto Malvezzi), trazendo reflexões e, ao mesmo tempo, uma mobilização para não perder as esperanças diante da atual conjuntura política e dos constantes cortes de políticas e recursos voltados à região e à agricultura

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

familiar no Brasil. No total, foram 87 curtidas e 52 compartilhamentos.

Figura 4 – Artigo fazendo crítica à atual conjuntura política



Fonte: Elaborado pelos autores.

Observar-se ainda que as organizações que curtiram e compartilharam as postagens fazem parte da ASA ou que de alguma forma desempenham, direta ou indiretamente, algum trabalho em consonância com a ASA. Entre estas organizações estão Caatinga, Fazendo Média, Água Comovida, Casa da Mulher do Nordeste, Associação de Moradores de Caraíba, Projeto Sitimi, Cáritas Regional Nordeste III, ASPA Apicultores, ASA Minas Gerais, Movimento de Organização Comunitária da Bahia (MOC), Centro Alternativo de Minas Gerais e Centro de Estudos e Assessoria Aplicados ao Desenvolvimento (CEAA).

É interessante também analisar, que em segundo lugar nas curtidas, com 27% e

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

compartilhamento de 36%, destacam-se a categoria 4) “Articulação institucional”, no que se refere à divulgação das parcerias e convênios com instituições governamentais e organismos internacionais, reuniões e oficinas de mobilização de recursos e monitoramento de ações. Isso pode ser visto na Figura 5, uma postagem do dia 23 de agosto de 2017, que divulga a parceria da ASA com a Fundação Banco do Brasil e com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), para a construção de cisternas de consumo humano e para a produção agrícola.

Figura 5 – Postagem sobre parceria da ASA com a Fundação Banco do Brasil e o BNDES



Fonte: Elaborado pelos autores.

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

Percebe-se que a interação dos internautas comentando na plataforma ainda é tímida, diante do número de seguidores que têm a *fan page* da ASA. Os dez comentários postados, são otimistas e elogiam o trabalho da ASA, a exemplo: “Parabéns pela conquista”. Este comentário se refere a uma publicação da construção de uma agroindústria para as agricultoras; “Mulher no comando, mulher no poder”, uma experiência envolvendo agricultoras agroecológicas. Outro comentário: “Como é bom ver uma tecnologia dessas servindo aos que precisam. Melhor ainda é ter a honra de participar desse projeto como agente Cáritas. O sorriso e a gratidão de cada pessoa beneficiada não tem preço”; este é em relação ao reconhecimento da construção das cisternas como uma política pública.

Pode-se averiguar, de acordo com todas as análises, que a pauta da “convivência com o Semiárido” (categoria 3) sobressai em todas as análises, ou seja, é a categoria com maior incidência. Os temas das postagens estão relacionados ao acesso e democratização da água, gestão dos recursos hídricos, sementes crioulas, agroecologia, agricultoras agroecológicas, povos indígenas, juventude do campo, tecnologias sociais, comunicação população, mudanças climáticas, bioma Caatinga e desertificação. No geral, são causas e lutas históricas da ASA, as quais nunca se desvinculou.

A categoria 4) “Articulação institucional” vem logo após a categoria 3) “Convivência com o Semiárido”, estando relacionada à divulgação das parcerias e convênios com instituições governamentais e organismos internacionais, reuniões e oficinas de mobilização de recursos e monitoramentos de ações. Tal evidência deve-se ao contexto político e econômico atual em relação aos cortes de orçamentos e políticas voltadas à região, em especial à agricultura familiar, fazendo com que a ASA busque estratégias e outras parcerias para a mobilização de recursos e, assim, garantir a continuidade de suas ações e do seu projeto político-institucional na região.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho propôs analisar o *Facebook* da ASA e compreender em que medida o espaço dessa mídia social contribui e influência para legitimação/validação e propagação do seu projeto político. Nesse sentido, evidencia-se que os conteúdos postados remetem às bandeiras e às causas de luta da ASA, ou seja, conectam-se com o seu projeto político-institucional, principalmente com a pauta da convivência com o Semiárido, e seus diversos temas relacionados a esta perspectiva, como a agroecologia, tecnologias sociais, povos tradicionais, sementes crioulas, juventude do campo, agricultoras agroecológicas, etc.

Aponta-se também que o *Facebook* da ASA serve de vitrine para suas ações e também como espaço público (arena virtual) de expressão política para articular e propagar novas parcerias. Demonstra-se ainda que muitos conteúdos postados na fanpage estão atrelados à conjuntura política atual, ou seja, a mudança no comando do Governo Federal e aos cortes de gastos voltados para as políticas ligadas à agricultura familiar.

Portanto, o *Facebook* da ASA é utilizado como um espaço estratégico para legitimar o projeto político-institucional, principalmente na consolidação da sua causa fundamental que é o paradigma da convivência com Semiárido. E, assim, fortalecer também o seu engajamento e mobilização social frente ao seu público prioritário e parceiros.

Por fim, é notório o reconhecimento e crescimento do papel dos movimentos sociais no Brasil, em todos os aspectos e áreas de atuação. Em tempos de mídias sociais, suas bandeiras e causas de luta se deslocam também das ruas para se fortalecerem no espaço virtual. Espera-se que este trabalho possa trazer algumas reflexões e contribuições para a ASA e para outros movimentos sociais no tocante a contribuição da comunicação, em especial das mídias sociais, nesta sociedade contemporânea.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luiz Antero Reto e Augusto Pinheiro.

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.

Lisboa: Edições 70, 1977.

BIMBER, B. The study of information technology and civic engagement. **Political Communication**, v. 17, n. 4, p. 329-333, 2000.

CAMINADA, T. A. **Twitter e eleições**: a influência da atuação em redes sociais no desempenho dos candidatos da região da AMFRI em 2010. 2011. 57 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2011.

CASTELLS, M. O “verdejar” do ser: o movimento ambientalista. In: CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 141-168.

GARCIA, P. R. R. Você já nasceu nas redes sociais? In: GIARDELLI, Gil (Org.). **Redes sociais e inovação digital**. São Paulo: Gaia Creative, 2011. p. 69-70.

GOHN, M. G. **ONGs, Sem-Terra e cidadania**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

KANTER, B.; FINE, H. A. **Mídias sociais transformadoras**: ação e mudança no Terceiro Setor. São Paulo: Évora, 2011.

KIENTZ, A. **Comunicação de massa**: análise de conteúdo. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: ARTMED ; Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 1999.

MACHADO, J. A. S. Ativismo em rede e conexões identitárias, novas perspectivas para os movimentos sociais. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 9, n. 18, p. 248-285, jul./dez. 2007. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/sociologias/article/view/5657/3256>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. Tradução Laura Bocco. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARTINS, J. S. **Caminhada no chão da noite**: emancipação política e libertação nos movimentos sociais do campo. São Paulo: HUCITEC, 1989.

NORRIS, P. Preaching to the converted?: pluralism, participation and party websites. **Party Politics**, Thousand Oaks, v. 9, n. 1, p. 21-45, 2003.

\_\_\_\_\_. **A virtuous circle**: political communication in post industrial societies. New York: Cambridge University Press, 2000.

PRAZERES, M. **Um mundo de mídia**: diálogos sobre comunicação e participação. São Paulo: Global, 2009.

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica**: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.



SCHEUFELE, D. A.; NISBET, M. C. Being a citizen online: new opportunities and dead ends. **Harvard International Journal of Press/Politics**, Berlin, v. 7, n. 3, p. 55-75, 2002.

VASCONCELOS, E. M. **Complexidade e pesquisa interdisciplinar**: epistemologia e metodologia operativa. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2010.

FERREIRA, D. J. N.; GREGOLIN, M. R. P. Atuação político-institucional em tempos de mídias sociais: A experiência da articulação no semiárido brasileiro – ASA. **Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar (RECoDAF)**, Tupã, v. 3, n. 2, p. 6-26, jul./dez. 2017.