

## A RELAÇÃO ENTRE A GRAMÁTICA DOS MEIOS E AS DINÂMICAS DE UMA MOBILIZAÇÃO DIGITAL EM PROL DA EDUCAÇÃO

Aline Veroneze

Centro de Estudos de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal

### RESUMO

Apresenta-se a relação entre a gramática de redes sociais Facebook, Instagram e X (antigo Twitter) e as ações da mobilização #Nem1PraTrás, em prol da educação no Brasil. Tem-se como *corpus* relatórios de media social e atas descritivas das ações do movimento, que são relacionadas em uma análise documental para revelar se a repercussão da mobilização está condicionada à mediação tecnológica. A pesquisa abrange conceitos de identificação e capital social (AMARAL, 2016; LOUREIRO et al., 2018) e contribui para a comunicação de causa e compreensão das dinâmicas nas redes (BABO, 2024; DOMINGUES, 2010; MONTERO CORRALES, 2018).

### PALAVRAS-CHAVE

Comunicação estratégica; ativismo; cibercultura; redes sociais; movimentos sociais

## 1 INTRODUÇÃO

Desde 2019, instituições públicas e privadas realizam uma mobilização digital contra a evasão escolar no Brasil, identificada pela *hashtag* #Nem1PraTrás (VERONEZE, 2024). As ações desse movimento diversificaram-se com a mudança do contexto advinda da emergência sanitária de Covid-19, resultando em um incremento de interações nas redes *online*.

Entre as atividades da mobilização estão a produção de conteúdo e eventos que culminam no convite para que todos postem conteúdo durante a semana do Dia da educação, com as mesmas *hashtags*, a fim de indicar a urgência do tema aos algoritmos e otimizar o alcance orgânico.

Por depender da entrega da mensagem pelas plataformas de redes sociais, interessa compreender a relação entre as gramáticas dos meios e as ações da mobilização no resultado de alcance e impressões. Objetiva-se o entendimento da dinâmica das redes e a possibilidade de ser mais assertivo em direcionar a comunicação de causa nesses ambientes. Para tal empreitada, debruçou-se sobre os relatórios de resultados da *hashtag* no *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, correlacionando-os aos relatórios de atividades da mobilização.

## 2 METODOLOGIA

Trabalha-se com uma amostra não probabilística de casos por conveniência (COUTINHO, 2014), composta pelos dados das edições dos anos 2019 e 2021. A análise documental forneceu dados qualitativos e possibilitou a descrição das ações propostas, que foram classificadas como: divulgação

de atividades, convocação à participação e publicização de dados sobre evasão escolar. A observação do relatório de médias digitais do movimento forneceu elementos quantitativos sobre participação, cujos indicadores são os números de publicadores únicos, e de postagens por cada uma das 3 redes sociais já mencionadas e sobre repercussão, indicada pelos dados de contas alcançadas e impressões das postagens com a *hashtag*, conforme tabela abaixo.

<i>ANO 2019</i>				
<b>PUBLICADORES ÚNICOS</b>	<b>POSTAGENS TOTAIS</b>	<b>CONTAS ALCANÇADAS</b>	<b>IMPRESSÕES</b>	<b>POSTAGENS POR REDE SOCIAL</b>
494	1705	11.000.000	114.000.000	<i>Instagram 312 Twitter 182 Facebook 1.211</i>
<i>ANO 2021</i>				
<b>PUBLICADORES ÚNICOS</b>	<b>POSTAGENS TOTAIS</b>	<b>CONTAS ALCANÇADAS</b>	<b>IMPRESSÕES</b>	<b>POSTAGENS POR REDE SOCIAL</b>
17.000	32.822	116.300.000	568.600.000	<i>Instagram 9 Twitter 30873 Facebook 892</i>

Tabela 1 - Resultados Mobilização #Nem1PraTrás nas Redes Sociais 2019, 2021.  
Fonte: Dados da Fundação Roberto Marinho

Questionou-se: Será que o tipo de ação determinou a escolha pela rede social mais empregada? O que os resultados quantitativos agregam à causa, em relação a engajamento e repercussão?

### **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

Estudos como o de Isabel Babo (2018, 2024) revelam que as mobilizações públicas podem constituir-se ações coletivas e/ou ações conectadas. Ações coletivas exigem maior compromisso, mas ações conectadas também podem apresentar diferentes níveis de envolvimento. O engajamento com a causa pode advir tanto da identificação com a temática (LOUREIRO et al., 2021) quanto da relação com a rede mobilizadora. O investimento de recursos como tempo, interações e busca por novas conexões constrói reciprocidade e confiança (RECUERO; ZAGO, 2009), gera capital social, cria e fortalece laços (AMARAL, 2016). Laços mais fortes facilitam o engajamento a uma causa, mesmo em ambientes de polarização (FERREIRA; RIOS, 2017) e cristalização (WOHN; BOWE, 2014) como as bolhas das redes sociais. Laços fracos, entretanto, ampliam a rede (GRANOVETTER, 1983; LATOUR, 2016) e o alcance.

Além desse cenário relacional, cabe destacar que cada uma das plataformas tem constrangimentos gramaticais, como o número de caracteres do *Twitter* (MONTERO CORRALES, 2018), o privilégio a um modo textual como no *Instagram* (FIGUEREO BENÍTEZ, et al., 2021) e definições específicas de acessibilidade, de modo que é preciso adaptar o caráter modal do conteúdo, validando a máxima de McLuhan de que o meio é a mensagem (MCLUHAN, 1969).

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A mobilização #Nem1PraTrás é, inicialmente, uma ação coletiva, de um movimento social organizado e passa a ação conectada via plataformas de redes sociais *online*, de modo que tem uma base de atores engajados e comprometidos que sustenta o movimento digital.

Averiguou-se que o contexto determinou a prevalência da ação conectada ou da ação coletiva. Evocar a participação e realizar eventos presenciais potencializou o engajamento e a articulação de capital social em 2019, uma vez que a maioria dos atores produziram conteúdo audiovisual, compartilharam depoimentos e acionaram suas redes de laços mais fortes. A proposta determinou a rede social em que houve maior movimentação: o *Facebook*. Em 2021, num contexto pós-pandêmico, o foco voltou-se em compartilhar material de suporte sanitário e emocional. A proposta foi de publicações mais enunciativas, com o compartilhamento de dados e links. O *Twitter*, com suas redes de múltiplos laços mais fracos, trouxe um acréscimo exponencial de impressões e alcance, dando à mobilização um tom mais ativista e político.

#### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A construção de uma agenda democrática nas redes, pode acontecer em diferentes níveis de engajamento. Esse envolvimento pode ser mais ou menos intenso e obter mais ou menos alcance de acordo com as atividades propostas. Neste caso, a gramática da plataforma escolhida tem potencial determinante no carácter modal da mensagem, no alcance e no capital social construído.

#### **Referências**

AMARAL, I. **Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes**. Covilhã: Labcom.IFP, 2016.

BABO, I. Redes, ativismo e mobilizações públicas. Ação coletiva e ação conectada. **Estudos em Comunicação**, Porto: Labcom.IFP, 2016.

BABO, I. Redes, ativismo e mobilizações públicas. Ação coletiva e ação conectada. **Estudos em Comunicação**, Porto, v. 1, n. 27, p. 219–244, 2018.

BABO, I. **Activismos, redes e práticas comunicacionais**, Lisboa: Documenta, 2024.

COUTINHO, C. P. **Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas**. Coimbra: Almedina, 2014.

DOMINGUES, J. A. **Paradigma mediológico**: Debray depois de McLuhan. Covilhã: LabCom Books, 2009.

FERREIRA, A. V.; RIOS, J. R. A. C. **Filtro bolha, câmara de eco e a formação de opiniões extremas**. São Paulo: Intercom, 2017.

FIGUEROO BENÍTEZ, J. C.; GONZÁLEZ QUIÑONES, F.; MACHÍN MASTROMATTEO, J. D. Instagram como objeto de estudio en investigaciones recientes. Una revisión de literatura con enfoque en revistas científicas. **Ámbitos: Revista internacional de comunicación**, 53, 9-23, 2021.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties: A network theory revisited. **Sociological theory**, p. 201–233, 1983.

LATOURETTE, B. Faturas1/Fraturas: da noção de rede à noção de vínculo2. **Políticas etnográficas no Campo da Cibercultura**, p. 67, 2016.

LOUREIRO, L. M. et al. **Constelações do Ativismo em rede**: Livro de Atas do II Congresso Internacional de Net-Ativismo. 2018.

LOUREIRO, L. M. et al. **Parte I O caso dos ativismos e plataformas que emergiram na sequência dos incêndios de 2017, em Portugal**. 2021.

MCLUHAN, M. **O meio é a mensagem**. 1969.

MONTERO CORRALES, L. Facebook y Twitter: Un recorrido por las principales líneas de investigación. **Revista Reflexiones**, v. 97, n. 1, p. 39, 2018.

RECUERO, R.; ZAGO, G. **Em busca das "Redes que importam": Redes Sociais e Capital Social no Twitter [In search of "Networks that matter": Social Networks and Social Capital on Twitter]**. XVIII Congresso da Compós, PUC/MG, Belo Horizonte. **Anais...**2009.

VERONEZE, A. Conectados: A Publicidade Como Energia Propulsora em uma Mobilização Social. **A Publicidade na Era da Hiperestimulação**, p. 107, 2024.

WOHN, D. Y.; BOWE, B. J. **Crystallization: How social media facilitates social construction of reality**. Proceedings of the companion publication of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing. **Anais**, n. 27, p. 219–244, 2018.