



XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

de 08 a 10 de outubro 2025
Universidade Federal do Tocantins

Comunicação Comunitária e Midiativismo Ambiental no Instagram Coalizão Vozes dos Tocantins por Justiça Climática

Samara Pereira Martins
Universidade Federal do Tocantins-UFT

RESUMO

Este estudo busca compreender como as estratégias de comunicação da coalizão Vozes do Tocantins, por meio do perfil @vozesdotocantins no Instagram, contribuem para a divulgação e mobilização em torno de suas causas. Também se propõe a caracterizar essas estratégias no contexto da comunicação popular, comunitária ou do midiativismo ambiental. O referencial teórico baseia-se em autores das áreas da Sociologia, com ênfase nas TICs, Comunicação Comunitária e Midiativismo.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação Comunitária; Midiativismo; Movimentos Sociais, Instagram, TIC's

1 INTRODUÇÃO

A comunicação configura-se como elemento fundamental para o exercício da cidadania, seja ela dialógica, ou mediada pelos meios formais e informais de comunicação, sendo caracterizada como um “Direito” na Declaração Universal dos Direitos Humanos. O exercício desse direito torna-se, portanto, um instrumento essencial para os movimentos sociais, que buscam nos meios de comunicação formas de mobilizar, articular e conquistar adesão às suas causas. Para isso, atuam tanto nos espaços concedidos pela grande mídia, nem sempre acessíveis, quanto por meio da criação de suas próprias ferramentas, nas quais podem elaborar suas próprias representações.

Peruzzo (2018) ressalta que os movimentos sociais se articulam em diversas frentes no âmbito da comunicação, ora contando os veículos de mídia tradicional, mas também criando suas próprias estratégias “...Os movimentos sociais populares, por sua vez, buscam marcar sua presença nestes

¹Trabalho apresentado no GT3 – Redes Sociais e Ativismo Midiático da **XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2025**, realizada de 08 a 10 de outubro de 2025, na Universidade Federal do Tocantins, Palmas-TO.

meios, mas também desenvolvem canais próprios como forma de se comunicar com a sociedade e se relacionar com seus públicos”. Com a evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), especialmente as redes sociais, essas ferramentas também passaram a ser apropriadas pelos movimentos sociais, que passaram a utilizá-las em razão de sua maior acessibilidade e possibilidades de produção de conteúdo, articulação e mobilização,

Segundo Castells (1999, apud PERUZZO, 2018, p. 29), “o ponto principal dessa questão é que a mídia eletrônica (não só o rádio e a televisão, mas todas as formas de comunicação, tais como o jornal e a internet) passou a se tornar o espaço privilegiado da política. Sem a mídia não há meios de adquirir ou exercer poder”.

Tendo em vista o papel essencial da comunicação para os movimentos sociais, torna-se relevante entender como estes movimentos atuam nesse segmento. Assim, o objetivo deste estudo é compreender de que forma as estratégias de comunicação, utilizadas no perfil @vozesdotocantins, contribuem para a divulgação e engajamento em prol das causas da coalizão ambiental. Também buscou-se identificar se esta comunicação pode ser classificada como comunicação comunitária, midiativismo ambiental ou ambas. A escolha do perfil se deu pelo seu caráter engajado em causas socioambientais e pela busca de visibilidade através da comunicação digital.

Criada em 2023, a coalizão tem como objetivo defender o cerrado e enfrentar as mudanças climáticas. Atualmente é composta por 15 organizações: oito de agricultores familiares e comunidades tradicionais, quatro organizações não governamentais, dois movimentos sociais e uma universidade. Sua finalidade é ampliar a atuação e dar visibilidade a esses grupos na defesa de seus direitos e na inserção de jovens no debate sobre justiça climática, por meio de formação teórica e prática em ativismo, aliada ao fortalecimento destas entidades.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Dentre os conceitos sobre comunicação nos movimentos sociais, para este trabalho adota-se a classificação proposta por Peruzzo, que define a comunicação popular e comunitária como um processo vinculado à prática social, que visa a transformação da realidade, sendo construída de forma participativa por sujeitos coletivos em seus territórios de luta. A autora afirma que, trata-se de uma comunicação que "prioriza o coletivo, estimula a participação, contribui para a formação crítica e busca transformar a realidade social" (Peruzzo, 2008, p. 137).

Com o advento das Tecnologias da Comunicação e Informação (TIC's), principalmente a partir dos anos 2000, com as redes sociais, os movimentos sociais puderam contar com novas ferramentas em suas estratégias de comunicação. A relevância das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no fortalecimento dos movimentos sociais é destacada por Castells (2013) ao argumentar que os movimentos sociais contemporâneos se estruturam em rede e utilizam as tecnologias digitais para articulação, mobilização e construção de sentidos, constituindo um novo paradigma de comunicação, a comunicação em rede.

Ainda como suporte teórico, no campo do midiativismo e meio-ambiente, foi utilizado Mazzarino e Miguel (2017) a partir do estudo "Midiativismo em processos de comunicação ambiental engendrados por organizações ambientalistas: discussões e proposições" e Câmara e Braighi (2018), que realizaram um apanhado sobre midiativismo em "Midiativismo - uma proposta conceitual"

Para a análise das postagens do perfil @vozesdotocantins, foram utilizadas ferramentas teóricas de Bardin (2011) por meio da análise de conteúdo, que possibilita a categorização e interpretação das mensagens com base em critérios temáticos e discursivos.

3 METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem qualitativa e descritiva, com foco na análise das postagens da coalizão Vozes Tocantins no instagram. Foram analisadas 17 publicações no feed, em junho de 2025, com base em uma tabela de coleta de dados, considerando tipo de post, tema, formato, curtidas, comentários, hashtags, chamadas para ação e referências territoriais. Junho foi escolhido por coincidir com a Semana do Meio Ambiente e o aumento das discussões sobre a causa ambiental.

Na categorização das postagens segundo seus temas, formatos e linguagens e análise dos dados buscou-se empregar a análise de conteúdo segundo Bardin (2011), que implementou um conjunto de técnicas e procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo, que permitem a análise de textos escritos, entrevistas, documentos, imagens, vídeos, dados de redes sociais entre outros produtos de comunicação

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com Peruzzo (2008), a comunicação popular é caracterizada por sua horizontalidade, pela valorização do saber coletivo e pela busca por transformar realidades sociais por meio da expressão dos sujeitos historicamente marginalizados. Esse princípio se manifesta nos posts do @vozesdotocantins sendo possível perceber narrativas locais, visibilização de pautas ligadas aos povos indígenas, quilombolas, juventude e movimentos ambientais.

Dos 17 posts analisados, seis possuem caráter educativo, 10 são informativos e 01 é comemorativo. A média de curtidas é de 110 e a postagem com mais curtidas possui 488. Já a média de comentários é de 8 por postagens. Apenas 4 posts possuem chamada para ação, sendo 03: comente, curta e compartilhe e um convite para assistir uma entrevista.

Conforme Mazzarino e Miguel (2017), o midiativismo ambiental é o ativismo que se manifesta em espaços midiáticos, especificamente na comunicação ambiental, buscando dar visibilidade às pautas dos movimentos ambientalistas. Neste sentido, a partir da análise das postagens do perfil @vozesdotocantins podemos argumentar que a coalizão ao divulgar conteúdos relacionados a causas ambientais, à justiça climática, através da apropriação da rede social Instagram e a partir da perspectivas de movimentos sociais e ambientais, pratica o midiativismo ambiental. A exemplo da série de postagens em formato de reels, denominadas “Prosa da Onça”, em que uma jornalista apresenta um tema, no caso analisado, as Unidades de Conservação Ambiental, e uma bióloga explica como essas áreas são fundamentais para a preservação da água.

Entretanto, levando em consideração Câmara e Braighi (2018), a mera ação de divulgação de uma causa por meio da comunicação digital, não deve ser classificada como midiativista, já que é preciso que esta prática extrapole o meio de comunicação.

Ser midiativista não é apenas portar uma mídia; logo, entregar o processo de mediação a um ativista não significa garantias de que o mesmo funcionará. É preciso estar atento aos usos e aos propósitos. Da mesma forma, para ser midiativista é preciso capacitar-se não apenas quanto à técnica, mas se letrar na estética, na linguagem (Câmara e Braighi, 2018, p. 35,36).

Nesse contexto, a estratégia do @vozesdotocantins carece de avanços na prática midiativista, uma vez que para os autores “o ativismo em rede se diferenciaria do midiativismo. Enquanto o primeiro se serve dos dispositivos tecnológicos e da Web para a sua emergência, o segundo serve ao ativismo, que, transmitido/registrado ou não, mantém a métrica de intervenção social, ao passo que o primeiro, sem a Web, não existe (como conceito)” (Câmara e Braighi, 2018, p. 40).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As TIC's em especial as redes sociais tornaram-se importantes ferramentas para a atuação dos movimentos sociais no campo da comunicação, sendo diversas as formas de caracterização destas estratégias de comunicação.

Na análise do perfil @vozesdotocantins no Instagram, observa-se que ele pode ser classificado como exemplo de comunicação comunitária, por promover a divulgação das ações, propostas e lutas dos movimentos socioambientais que compõem a coalizão Vozes do Tocantins por Justiça Climática.

Quanto ao midiativismo ambiental, esse caminho ainda parece incipiente. Embora aborde temas como meio ambiente, justiça climática, preservação das águas, as postagens assumem majoritariamente um caráter informativo e educativo. Para avançar no campo midiativista, seriam necessárias estratégias como ampliação de conteúdos interativos e ações que aumentem a visibilidade do impacto gerado fora da esfera das redes. Ressalta-se, ainda, a importância de uma análise mais aprofundada do perfil sob a ótica dos conceitos de midiativismo ambiental.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BRAIGHI, Antônio Augusto; CÂMARA, Marco Túlio. O que é midiativismo? Uma proposta conceitual. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (org.). **Interfaces do midiativismo**: do conceito à prática. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 25-42.

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

MAZZARINO, Jane Márcia; MIGUEL, Katarini Giroldo. Midiativismo em processos de comunicação ambiental engendrados por organizações ambientalistas: discussões e proposições. **Contracampo**, Niterói, v. 36, n. 2, p. 114-132, ago./nov. 2017.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. São Paulo: Vozes, 2008.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Representações dos movimentos populares na mídia e como eles se representam: visibilidade pública e perspectivas cívicas. In: GOBBI, Maria Cristina (org.). **Mídia cidadã e movimentos sociais**: desigualdades, resistências e mídia inclusiva. São Paulo: Unesp, 2018. p. 21-37.