

REGIONALISMO DA ASEAN CENTRADO NAS PESSOAS E A ESTRATÉGIA PARA CONSTRUIR A IDENTIDADE DE SEU POVO ATRAVÉS DO DISCURSO NAS MÍDIAS SOCIAIS

Sugito Sugito¹

Introdução

Desde sua criação em 1967, a Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN) passou por reformas institucionais substanciais. Uma mudança fundamental na direção cooperativa da organização ocorreu entre 1998 e 2007, especificamente em 2003, durante um período de transição e recuperação. A nona Cúpula da ASEAN, realizada em Bali em 2003, levou à promulgação do “Acordo ASEAN II” (comumente referido como Bali II). Um dos principais resultados desse acordo foi o estabelecimento de uma ‘Comunidade da ASEAN’. A declaração articula:

“A Comunidade da ASEAN será constituída por três pilares entrelaçados e mutuamente reforçadores: cooperação política e de segurança, cooperação econômica e cooperação sociocultural. Esses pilares visam garantir paz duradoura, estabilidade e prosperidade compartilhada na região” (ASEAN, 2003).

Após a declaração do Acordo de Bali II, o conceito de uma “ASEAN centrada nas pessoas” ganhou destaque na região. Este termo tem consistentemente figurado nos temas, relatórios e declarações de visão das subsequentes reuniões de alto nível da ASEAN, incluindo as cúpulas anuais

¹ Departamento de Relações Internacionais, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonésia. E-mail: suttho77@yahoo.com / ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5094-5251>

de líderes (Morada, 2008).

As reformas institucionais persistiram com a aprovação do Plano de Ação de Vientiane em 2004. Este plano aprofunda a compreensão do desenvolvimento comunitário na ASEAN, identificando normas, princípios e programas críticos destinados a operacionalizar os três pilares fundamentais. O fortalecimento adicional ocorreu com a adoção da Carta da ASEAN na décima primeira Cúpula da Associação em Kuala Lumpur, de 12 a 14 de dezembro de 2005. Esta carta aspira servir como um documento constitucional, delineando os princípios básicos, metas, objetivos e estrutura organizacional necessários para uma cooperação eficaz na ASEAN. Notavelmente, a nova Carta da ASEAN reconhece legalmente a organização como uma entidade formal.

Dentro do marco dos pilares da Comunidade ASEAN, a Comunidade Sociocultural da ASEAN (ASCC, na sigla em inglês) desempenha um papel estratégico. Seu objetivo é cultivar uma população socialmente responsável e orientada para a comunidade, que fomente a solidariedade e a unidade duradouras entre os povos e os Estados membros da ASEAN (ASCC, 2017). A ASCC busca encorajar interações entre os cidadãos da ASEAN que sejam conscientes de suas conexões históricas e herança cultural, visando uma identidade regional compartilhada. Para alcançar esse objetivo, a ASCC desenvolveu um plano de ação voltado para fortalecer as bases da coesão social regional, visando alcançar uma Comunidade ASEAN coesa até 2020. A comunidade, que se esperava materializar através da integração regional até 2020, consistiria de pessoas que, apesar de diversas origens históricas e culturais, compartilham uma identidade regional comum. Este senso de identidade compartilhada e solidariedade está projetado para evoluir ao longo do tempo, facilitado por interações contínuas em vários setores sociais, econômicos e políticos, bem como nos níveis comunitário, governamental e da sociedade civil (The ASCC Plan of Action, 2012).

Baseando-se em seu arcabouço comunitário, a ASEAN evoluiu para um modelo de cooperação regional baseado na identidade. Neste modelo, a região é conceitualizada como possuidora de uma identidade coletiva e intersubjetiva (Elliott, 2003). Estabelecer uma identidade regional dessa natureza não é apenas de interesse específico para a ASEAN, mas também crucial para moldar como seus Estados membros vislumbram seu futuro coletivo (E. Jones, 2004). No entanto, apesar da importância crítica de formar essa identidade, a consciência de uma identidade ASEAN permanece relativamente baixa nos países membros, mesmo entre as elites e nos países com filiação de longa data (Narine, 2009).

Neste contexto, a ASEAN atua como uma força significativa capaz de moldar tanto identidades quanto normas que guiam e regulam o

comportamento de suas nações constituintes e seus cidadãos (Eaton & Stubbs, 2006). Consequentemente, este estudo postula que a ASEAN deveria assumir proativamente o papel de agente na promoção de uma identidade compartilhada entre seus Estados membros e suas populações. Visto através da lente do novo regionalismo, a ASEAN não é apenas uma aliança de países; é também uma comunidade imaginada onde se espera que os cidadãos desenvolvam uma compreensão dos contextos sociais, culturais, econômicos e políticos uns dos outros. Neste cenário social construído, a ASEAN poderia atuar como um agente instrumental, promovendo a identidade ASEAN através de um discurso contínuo facilitado por diversos canais de mídia.

Este estudo examina o papel da Secretaria da ASEAN no uso das mídias sociais — particularmente o Facebook — para cultivar um senso de comunidade e identidade ASEAN. Ele também investiga a eficácia desses esforços em aumentar a conscientização sobre a identidade ASEAN. A razão para focar no Facebook advém da natureza inerentemente interativa e participativa da plataforma, bem como sua capacidade de facilitar fluxos de texto de muitos para muitos (KhosraviNik & Zia, 2014). Essas características de comunicação interativa tornam as mídias sociais um instrumento potente para estabelecer perspectivas consensuais entre seus usuários sobre temas específicos, como a identidade ASEAN, neste contexto.

Plataformas de redes sociais, frequentemente referidas como mídias sociais, emergiram como agentes decisivos na formação de identidades coletivas. Pesquisas de KhosraviNik e Zia (2014) demonstraram como a identidade nacional do Irã é reconstruída e representada através de páginas do Facebook que os iranianos se referem como o “Golfo Pérsico”. Da mesma forma, o trabalho de Kulyk (2018) destaca a importância da língua russa na demarcação da identidade social entre usuários ucranianos do Facebook, diferenciando-os dos ucranianos falantes de ucraniano. Além disso, o Facebook foi identificado como um meio impactante tanto para fomentar identidades de imigrantes quanto para facilitar a proliferação de xenofobia na Europa (Ekman, 2019).

Com base em estudos anteriores, as mídias sociais — particularmente o Facebook — desempenham um papel crucial na formação da identidade de uma comunidade. Por exemplo, um estudo conduzido por Al-Dheleai & Tasir (2017) indica que os estudantes veem o Facebook como uma plataforma valiosa para interação acadêmica. Portanto, esses mesmos mecanismos também podem ser eficazes para promover a identidade regional. Por exemplo, os “tipos de interação estudantil” identificados no estudo, como perguntas diretas, compartilhamento de informações, comentários e iniciativas de discussão, são métodos pelos quais os jovens podem se engajar com

conteúdo relacionado à identidade regional. Consequentemente, com base nessa evidência, o Facebook representa uma oportunidade significativa para a ASEAN cultivar a conscientização pública sobre sua identidade regional. Esta oportunidade é particularmente relevante dado que a ASEAN representa o maior coletivo de usuários de internet globalmente. Dados obtidos da ASEAN UP em janeiro de 2017 revelaram que, entre a população da ASEAN de mais de 338,79 milhões, 305,47 milhões eram usuários ativos de mídias sociais.

Metodologia

Este estudo empregou uma abordagem qualitativa para examinar como a ASEAN utiliza o Facebook para moldar a conscientização pública de sua identidade coletiva. A metodologia de pesquisa adotada foi a netnografia, uma forma de investigação antropológica conduzida online, utilizando dados de acesso público onde indivíduos são livres para se expressar em plataformas de mídia social. A principal fonte de dados para este estudo foi a página oficial da ASEAN no Facebook, acessível na página da Secretaria da ASEAN no Facebook. O conteúdo rico gerado pelos usuários do Facebook forneceu dados qualitativos valiosos para esta pesquisa. Materiais gerados pelos usuários como vídeos, imagens, reações e postagens de texto serviram como robustas fontes de dados qualitativos no Facebook.

Para os objetivos deste estudo, o foco foi em categorias específicas de dados textuais gerados pelos usuários, incluindo textos escritos e publicados pelos usuários do Facebook, respostas a postagens ou outros comentários na plataforma, indicadores de aprovação do usuário ou engajamento emocional com uma postagem, e casos em que os usuários não apenas aprovam uma postagem, mas também demonstram um nível mais profundo de engajamento ao redistribuí-la para sua rede. Esses dados foram posteriormente extraídos e analisados utilizando o software *NVIVO 12 Plus* e são apresentados em um formato narrativo descritivo.

Revisão da Literatura

Ao examinar os fundamentos teóricos dos conceitos de regionalismo e integração regional, verifica-se que ao longo das últimas cinco décadas, acadêmicos de Relações Internacionais têm feito significativas tentativas para explicar o papel e a importância da integração regional na política internacional (Khani, 2018). Existem duas abordagens no estudo do regionalismo, o velho e o novo regionalismo; ambos são distinguíveis com referência à onda ou geração de emergência (Hettne & Söderbaum, 2007). A primeira onda tem suas raízes

na experiência de destruição do nacionalismo entre guerras e da Segunda Guerra Mundial, que emergiu na Europa Ocidental no final da década de 1940 e terminou no início da década de 1970. As teorias ou abordagens iniciais do regionalismo, naquela época, estavam sempre preocupadas com a paz e tendiam a ver o Estado como um problema, em vez de uma solução. As teorias mais relevantes são o federalismo, o funcionalismo e o neofuncionalismo (Hettne & Söderbaum, 2007). A segunda onda começou a surgir em meados da década de 1980 na Europa Ocidental com o Livro Branco e o Ato Único Europeu. Em contraste com o “velho”, o novo regionalismo considera novos aspectos, principalmente aqueles que enfatizam a globalização. O regionalismo está intimamente relacionado à globalização, embora existam diferenças na relação entre os dois.

As diferentes abordagens ao regionalismo são semelhantes quando os cientistas têm visões diferentes entre “regionalismo/cooperação regional” e “regionalização/integração regional” (Söderbaum, 2007). A cooperação regional refere-se a um processo aberto no qual países individuais (ou talvez outros atores) dentro de uma área geográfica específica atuam juntos em benefício mútuo para realizar tarefas comuns em áreas específicas, independentemente de conflitos de interesse em outras áreas de atividade. Enquanto isso, a integração regional refere-se a um processo mais profundo no qual unidades previamente autônomas são fundidas em uma única unidade. Assim, a integração regional refere-se mais ao processo de cooperação, integração, coesão e identidade, criando um espaço regional para um assunto específico ou geral.

Neste artigo, tendeu-se a usar a perspectiva de integração regional para entender como a ASEAN constroi sua coesão e identidade regional. Como processo, a integração regional pode ser moldada por atores de dentro da região e forças externas. Existem quatro estágios neste processo de integração regional, que consistem: na formação regional (a criação de fronteiras “brandas/duras”); formação simbólica (nomes/outros símbolos); formação institucional (instituições que produzem/reproduzem outras formas); e formação regional como parte de um sistema regional e consciência social, ou seja, uma região com uma “identidade” (Paasi, 2011, 2017). A identidade abrange dois elementos: identidade regional e identidade ou consciência regional das pessoas que vivem dentro ou fora da área (Paasi, 2011). Essas formas são produzidas e reproduzidas continuamente por práticas individuais e institucionais, discursos econômicos, políticos, governamentais, culturais/midiáticos e educacionais. Portanto, para entender a produção regional, reprodução e desinstitucionalização (ou seja, fusão ou dissolução), é necessário observar como os atores promovem novas identidades regionais para suas

sociedades e Estados membros.

Além disso, a ASEAN, engajada no contínuo esforço de integração regional, necessita cultivar uma identidade regional distinta. Isso é particularmente relevante enquanto a ASEAN interage com seus países membros, cada um dos quais está simultaneamente navegando em seu próprio processo de construção nacional. O desafio para a ASEAN reside em harmonizar as diversidades históricas, culturais, ideológicas, políticas e econômicas de seus Estados membros. Sua habilidade nesse sentido é manifestada através da “Narrativa da Identidade ASEAN”, adotada na 37th Cúpula da ASEAN em 2020. Segundo esta narrativa, a identidade ASEAN está ancorada em dois tipos de valores principais: os construídos e os herdados (ASEAN, 2020). Os ‘valores construídos’ referem-se às virtudes coletivas que surgem de um esforço deliberado e consciente para fomentar lealdade e alcançar objetivos comunitários. Em contraste, os ‘valores herdados’ têm origem nas normas culturais e sociais transmitidas ao longo das gerações, culminando nas comunidades diversas, porém interconectadas, do Sudeste Asiático.

Os líderes da ASEAN chegaram a um consenso de que a identidade da ASEAN, conforme articulada no Artigo 2 da Carta da ASEAN, é fundamentada em valores que incluem respeito, paz e segurança, prosperidade, não interferência, consulta/diálogo, adesão ao direito internacional e normas comerciais, democracia, liberdade, promoção e proteção dos direitos humanos, unidade na diversidade, inclusividade e centralidade da ASEAN nas relações externas—coletivamente denominados ‘o Caminho ASEAN’. Este termo encapsula elementos culturais que compartilham similaridades entre os países membros, distinguindo assim a ASEAN dos paradigmas ocidentais de multilateralismo (Nguyen, 2018). A identidade da ASEAN é ainda moldada pelos princípios de hibridização e complexidade social (Noor, 2015). Portanto, a identidade regional da ASEAN é construída através da aculturação da cultura que abrange tradições, crenças, religiões, artes, culinária, esportes e línguas, ao mesmo tempo em que abraça e respeita tal diversidade (ASEAN, 2020).

Além disso, a formulação e disseminação da identidade da ASEAN podem ser realizadas por meio de múltiplos canais, como contato direto, educação, arte, mídia de massa e, especialmente, mídias sociais. As mídias sociais emergiram como uma ferramenta poderosa para fomentar o discurso entre seus usuários e oferecem um potencial significativo como veículo instrumental para moldar e propagar a identidade da ASEAN. Isso representa uma mudança de paradigma na maneira como as pessoas descobrem, consomem e compartilham informações. Encarna uma confluência de sociologia e tecnologia, transformando monólogos tradicionais de um

para muitos em diálogos de muitos para muitos e democratizando o fluxo de informações, transformando os usuários de simples consumidores de conteúdo em criadores de conteúdo (Burita, 2019).

Como forma de mídia de massa baseada em tecnologia, as mídias sociais exercem uma influência significativa sobre a vida humana (Habermas, 2006). Embora plataformas como Facebook, Skype, Twitter e YouTube tenham entrado relativamente recentemente no mercado, seu impacto é comparável a meios tradicionais, que possuem a capacidade de demarcar distinções raciais, de classe e étnicas (Shabir et al., 2017). Importante destacar que a potência das mídias sociais está enraizada na tecnologia da informação e comunicação, oferecendo um espaço digital onde as pessoas podem participar de discussões sobre uma infinidade de temas, desde questões econômicas e sociais até políticas. Tais plataformas capacitam os usuários a perceber e catalisar movimentos sociais destinados a articular seus interesses (Shirazi, 2013).

O processo discursivo nas mídias sociais inicia-se com as comunidades moldando suas realidades sociais. Subsequentemente, essas realidades moldadas são compartilhadas através das plataformas, convidando a discussões e engajamentos adicionais. As respostas dos internautas podem variar significativamente, desde um engajamento passivo—como apenas ler ou visualizar uma publicação—até um envolvimento ativo, que pode se manifestar comentando diferentes pontos de vista ou demonstração de concordância através de comentários, imagens ou ações como compartilhar a publicação. Em última análise, esse processo discursivo leva a uma compreensão ou concordância coletiva sobre a realidade social em discussão (Shirazi, 2013). No contexto deste estudo, este processo é examinado em relação às iniciativas da ASEAN destinadas a forjar e consolidar uma identidade específica da ASEAN entre sua população, com foco particular em como tal discurso se desdobra dentro da comunidade da ASEAN no Facebook.

Resultados e Discussão

Ao longo das últimas cinco décadas, a ASEAN fez avanços significativos na manutenção da paz e estabilidade, no fortalecimento da cooperação regional, no estabelecimento de um conjunto comum de normas e no desenvolvimento da economia regional. De acordo com o *Global Peace Index* de 2020, o Sudeste Asiático foi classificado como a quarta região mais pacífica e categorizado como tendo níveis de paz de médio a moderado (Global Peace Index 2020: Measuring Peace in a Complex World, 2020).

Gráfico 1. O Nível do Índice de Paz no Sudeste Asiático em 2020



Fonte: Global Peace Index 2020: Measuring Peace In A Complex World, 2020

Além disso, em seu Relatório de Integração de 2019, a ASEAN destacou-se como a quinta maior potência econômica global, com um PIB de USD 3 trilhões. O relatório também indicou que o volume total de comércio dentro da região da ASEAN alcançou USD 2,8 trilhões em 2018, representando um aumento de 23,9% em comparação com os dados de 2015 (The ASEAN Secretariat, 2019).

Apesar desses feitos econômicos, é imperativo notar que tais interações tendem a beneficiar principalmente os proprietários de Capital e a força de trabalho, sem incentivar suficientemente os laços a nível comunitário. Por exemplo, atividades econômicas às vezes levaram a conflitos sociais e tensões entre as nações da ASEAN, ilustrados por questões como o tratamento de trabalhadores estrangeiros indonésios na Malásia e em Singapura. Da mesma forma, a cooperação política e de segurança muitas vezes se complica por interesses nacionais, evidentes nas disputas territoriais no Mar do Sul da China e nas questões políticas de Mianmar. Esses desafios destacam a importância de a ASEAN estabelecer solidariedade e unidade a longo prazo, não apenas entre os Estados membros, mas também a nível comunitário, através da criação de uma identidade compartilhada (Nguyen, 2018).

Para atender à necessidade de uma identidade regional coesa, a Comunidade Sociocultural da ASEAN (ASCC, na sigla em inglês) foi

fundada com base no Acordo ASEAN II, em 2003. O Plano de Ação da ASCC, adotado em 2012, tinha como objetivo incutir um senso de identidade coletiva entre os Estados membros da ASEAN. Os objetivos deste plano eram multifacetados. Eles incluíam a incorporação da promoção da conscientização sobre a ASEAN, identidade regional e valores nas estratégias nacionais de comunicação, currículos educacionais e interações interpessoais. Essas interações focam particularmente nos domínios da cultura, artes e esportes, especialmente entre os jovens. O plano também visava preservar e promover o patrimônio cultural e as tradições vivas da ASEAN. Essas tradições não apenas servem para aprofundar a compreensão da inter-relação entre cultura e desenvolvimento, mas também atuam como uma fonte de inspiração para futuras iniciativas. Além disso, o plano incentivou o fomento ao diálogo entre civilizações, culturas e religiões como um meio de aprimorar o entendimento mútuo.

Anteriormente, chefes de Estado e de governo das nações da ASEAN se comprometeram a construir uma comunidade da ASEAN orientada para as pessoas, centrada nas pessoas e baseada em regras, durante a 25^{ffi} Cúpula da ASEAN em Kuala Lumpur em 2015. Eles resolveram promover uma comunidade na qual todos os indivíduos e partes interessadas possam contribuir e se beneficiar de uma sociedade cada vez mais integrada e conectada. Isso incluiria uma colaboração aprimorada nas esferas político-securitária, econômica e sociocultural para promover um desenvolvimento sustentável, equitativo e inclusivo (The ASEAN Secretariat, 2016).

De acordo com o Plano Diretor da ASCC 2025, também adotado na 25^{ffi} Cúpula da ASEAN, a essência da construção comunitária reside na inclusão de todos os setores e partes interessadas dentro da ASEAN. O Plano Diretor enfatiza a elevação e a sustentação da conscientização sobre a comunidade da ASEAN, ao mesmo tempo em que aprofunda o senso de identidade da ASEAN. Ele convoca engajamentos multissetoriais e de múltiplas partes interessadas. Isso inclui diálogos e parcerias com organizações sub-regionais, academia, governos locais em vários níveis, parcerias público-privadas e engajamento comunitário e tripartite com o setor laboral. Envolve também interações com empresas sociais, organizações governamentais, organizações não governamentais e organizações da sociedade civil (GO-ONG/OSC). Além disso, destaca o papel da responsabilidade social corporativa (RSC), diálogos inter-religiosos e interculturais na promoção da conscientização e no fomento a sociedades solidárias dentro da ASEAN (The ASEAN Secretariat, 2016).

Subsequentemente, durante a 27^{ffi} Cúpula da ASEAN em Manila, em 2017, os líderes da ASEAN atribuíram um papel mais significativo ao corpo de Ministros Responsáveis pela Informação da ASEAN (AMRI, na sigla

em inglês) para reforçar a conscientização sobre a ASEAN. Foi encarregado de instruir o público sobre os benefícios e oportunidades decorrentes da integração através da Associação. O AMRI também foi responsável por combater a disseminação de notícias falsas na região. Seus esforços em utilizar a mídia informativa para aumentar a conscientização sobre a entidade foram bem recebidos em vários setores de informação e mídia na comunidade da ASEAN. Como prova desse compromisso, adotaram o Plano Estratégico de Informação e Mídia da ASEAN 2016-2025. Esse plano estratégico visa avançar a cooperação na disponibilização de informações acessíveis sobre a ASEAN, promovendo um senso de identidade regional, aproveitando o uso da tecnologia da informação e comunicação para alcançar públicos mais amplos e desenvolvendo conteúdos multimídia relevantes para a ASEAN (ASEAN Ministers Responsible for Information, 2024).

A terceira estratégia delineada no Plano Estratégico de Informação e Mídia da ASEAN 2016-2025, o aproveitamento da tecnologia da informação e comunicação para envolver um público mais amplo, é particularmente relevante para a ASEAN na era das mídias sociais. As plataformas de mídias sociais são conhecidas por iniciar e organizar atividades sociais e revoluções, desafiando ou até derrubando regimes estabelecidos (Shirky, 2011). Além disso, as mídias sociais têm o potencial de fortalecer a sociedade civil e a esfera pública, levando a uma mudança transformadora a longo prazo.

A força das mídias sociais reside na sua democratização da informação: elas oferecem oportunidades iguais para todos os usuários acessarem, responderem ou se tornarem uma fonte de informação. Isso abre caminhos para a comunicação discursiva, onde as informações postadas provocam uma gama de respostas, desde o engajamento passivo até o ativo. Uma resposta passiva pode implicar apenas ler ou visualizar uma postagem, enquanto o engajamento ativo pode envolver comentar na postagem, compartilhar diferentes pontos de vista ou endossá-la através de comentários, imagens ou ações compartilháveis. Em última análise, esse processo discursivo leva a um consenso sobre a realidade social em discussão. A eficácia do emissor da mensagem em propagar ideias através das mídias sociais é ditada principalmente pela maneira como a mensagem é transmitida e pelo nível de envolvimento da comunidade no processo de discurso social (Shirky, 2011).

Além disso, a ASEAN tem mostrado receptividade ao reconhecer a crescente importância das novas mídias na região, tornando o papel das mídias sociais crucial para o cultivo da comunidade da ASEAN. De acordo com o relatório *Digital 2017* da *We Are Social*, o número de usuários ativos de mídias sociais no Sudeste Asiático aumentou em 31% em um único ano, resultando em um acréscimo de 72 milhões de novos usuários nos 12 meses

seguintes a janeiro de 2016.

Tabela 1. Sociedade Digital da ASEAN

Nº	País	População (em milhões)	Usuários de Internet (em milhões)	Usuários de Mídias Sociais (em milhões)	Conexões Móveis (em milhões)	Usuários de Mídias Sociais via conexão móvel (em milhões)
1	Indonésia	262,0	132,7	106,0	374,4	92,0
2	Tailândia	68,22	46,0	46,0	90,94	42,0
3	Malásia	30,96	22,0	22,0	42,93	20,0
4	Singapura	5,74	4,71	4,40	8,44	4,00
5	Filipinas	103,0	60,0	60,0	129,4	54,0
6	Vietnã	94,93	50,05	46,00	124,7	41,0
7	Brunei	0,431	0,37	0,37	0,515	0,33
8	Camboja	15,95	7,16	4,90	27,60	4,40
9	Myanmar	54,60	14,00	14,00	50,56	13,0
10	Laos	6,98	1,80	1,80	5,95	1,50
Total		642,76	338,79	305,47	855,44	272,23

Fonte: ASEAN Up, 2017.

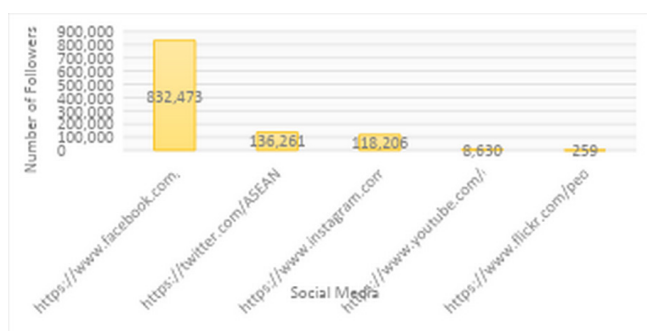
Em resposta ao crescente papel das mídias sociais, o Secretariado da ASEAN recebeu a tarefa de desenvolver estratégias e programas abrangentes para aumentar a visibilidade da ASEAN online. A organização intensificou sua atividade nas principais plataformas de mídias sociais como Facebook e Twitter para amplificar a conscientização pública na região. Contas oficiais para a ASEAN nessas plataformas foram lançadas na década de 2010. Entre 2012 e 2013, o Secretariado da ASEAN atuou conjuntamente com a MC Digital Services, uma empresa de consultoria digital, para abordar sua falta de visibilidade e engajamento internacional nas redes sociais.

Diversas iniciativas foram realizadas nesta colaboração. Primeiramente, foi desenvolvido um quadro estratégico para fomentar o engajamento dos cidadãos com as atividades da ASEAN, promovendo eficazmente a organização como um corpo comprometido com o desenvolvimento regional. Em segundo lugar, foram feitas revisões abrangentes no guia de estilo da ASEAN, incluindo seu logotipo existente, oferecendo um plano unificado para cores de mensagens e estilos de linguagem. Terceiro, um documento estratégico detalhado foi preparado, estabelecendo atividades editoriais e diretrizes para a

ASEAN. Isso resultou em um aumento de três vezes no engajamento da mídia em relação a notícias e comunicados de imprensa relacionados à ASEAN, bem como um rápido crescimento no número de seguidores no Facebook e no Twitter. Em quarto lugar, foi fornecido treinamento extensivo ao pessoal do Secretariado, incorporando percepções de principais atores e especialistas em mídias sociais, para equipá-los com o conhecimento e as habilidades necessárias para um engajamento eficaz nas mídias sociais. (MC Digital's Campaign on ASEAN Social Media Strategy, 2024).

Além disso, a ASEAN expandiu sua presença para quase todas as plataformas populares de mídias sociais, incluindo Facebook, Twitter, YouTube, Flickr e Instagram. Entre essas, o Facebook desfruta do maior número de seguidores, seguido por Twitter, Instagram, YouTube e Flickr, conforme indicado no gráfico abaixo.w.

Gráfico 2. Seguidores das mídias sociais da ASEAN em 2017



Fonte: ASEAN UP, 2017

O grande número de seguidores da conta oficial do Facebook da ASEAN, “www.facebook.com/aseansecretariat”, reflete a quantidade substancial de usuários do Facebook na região da ASEAN. Em 2017, os usuários de Facebook nesta área totalizavam 305,47 milhões, um número que aumentou para 430,35 milhões em 2019 (Southeast Asia Digital, Social, Mobile Report, 2019). A ampla base de seguidores e usuários de Facebook na ASEAN destaca o papel crucial das mídias sociais na formação e disseminação de uma identidade coletiva da ASEAN.

A ASEAN utiliza sua página oficial no Facebook, “www.facebook.com/aseansecretariat”, para promover uma variedade de suas agendas e iniciativas para a comunidade online. O conteúdo postado nesta conta do Facebook reflete em grande parte as postagens encontradas no site oficial da ASEAN,

“www.asean.org”, tornando a página do Facebook uma fonte abrangente de informações institucionais oficiais sobre a ASEAN. Em maio de 2021, a página contava com 831.885 seguidores e recebeu 815.312 curtidas (ASEAN Secretariat Facebook Page, 2021), com uma taxa diária de adição de 404,83 fãs (Socialbakers Analytics, 2021).

No entanto, o crescimento relativamente limitado no número de fãs e seguidores indica que a página do Facebook da ASEAN não está capturando plenamente o interesse dos usuários de internet na região. Uma análise conduzida utilizando o Likealyzer em 2018 apresentou os seguintes resultados:

Tabela 2. Resultados da análise da página de fãs do Facebook da ASEAN

Aspecto	Pontuação	Descrição
Página Inicial	100%	Proporciona uma excelente primeira impressão aos visitantes
Sobre	79%	Faz um bom trabalho ao fornecer contexto e informações aos visitantes
Atividade	57%	Postagens por dia: 2,5, com 76% de fotos, 18% de notas e 5% de vídeos
Resposta	0%	A capacidade de resposta desta página não é boa. • Nenhum usuário pode postar, enquanto o Facebook é um canal notável para os fãs interagirem com suas marcas favoritas. Permitir que os usuários postem na página é o primeiro passo para aumentar o engajamento.
Engajamento	N/A	• Não é possível avaliar o engajamento com base em perfis públicos • 18.417 pessoas estão falando sobre isso (PTAT), medindo quantas pessoas interagiram com a página ou seu conteúdo, de alguma forma, nos últimos sete dias. • Total de 646.262 curtidas na página. • A taxa de engajamento de 3% foi calculada dividindo o PTAT da página pelo número total de curtidas.

Fonte: Likealyzer, 2018

Os resultados da análise indicam que, em 2018, a conta da ASEAN apresentava uma baixa atividade de postagens diárias de 2,5, recebendo uma pontuação de 57%. Além disso, a conta demonstrava uma falta de responsividade para com sua base de fãs, evidenciada por uma pontuação de 0% no indicador de capacidade de resposta, revelando a natureza da comunicação da ASEAN com os visitantes. O engajamento dos fãs, medido em termos de compartilhamentos, curtidas e comentários, também era mínimo, com apenas 3%. Uma análise subsequente realizada em 2021, utilizando o Socialbakers, revelou apenas melhorias marginais. A atividade

diária de postagens na página do Facebook da ASEAN diminuiu para 1,63 postagens por dia, com conteúdo composto principalmente por 87,76% de fotos e 12,24% de vídeos. Entretanto, o envolvimento dos usuários mostrou atividade significativa, conforme detalhado na Tabela 3 abaixo::

Tabela 3. Tipo de Engajamento por Tipo de Postagem

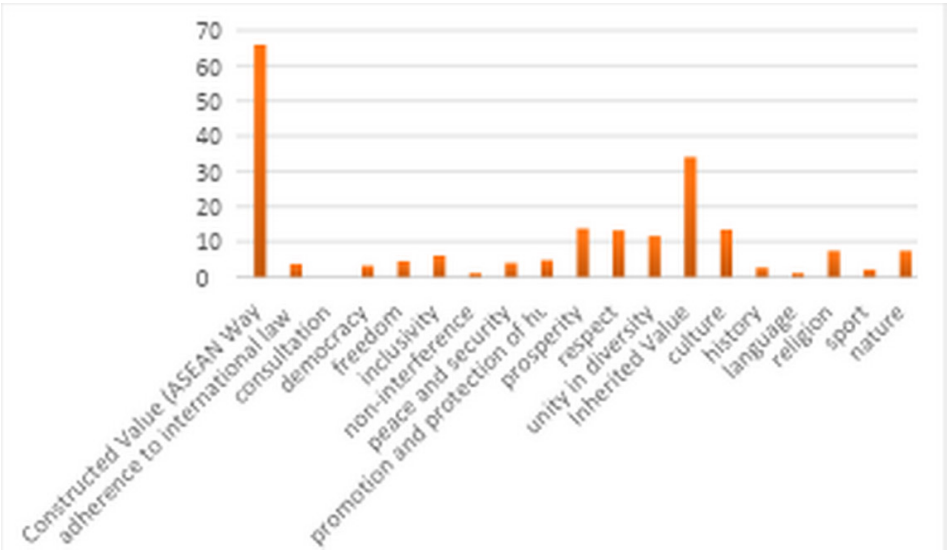
Tipo	Distribuição	Reação	Comentário	Compartilhamento
Foto	86,37%	28,082	45.820	5.642
		35,30%	57,60%	7,09%
Vídeo	13,63%	1.148	430	174
		65,53%	24,54%	9,93%
Total		29.230	46.250	5.816
<i>Engajamento médio por dia: 2.709,87</i>				

Fonte: Socialbakers, 2021

Embora a atividade dos usuários na página do Facebook da ASEAN tenha aumentado de fevereiro a maio de 2021, a maioria dessas interações concentrou-se em preocupações sobre o golpe em Mianmar.

Em outra vertente, a ASEAN utilizou eficazmente o Facebook para a construção de identidade. Uma análise de conteúdo realizada com o software *NVIVO 12 Plus* revelou que 66% das postagens relacionadas à identidade da ASEAN foram categorizadas como valores construídos, enquanto 34% foram classificadas como valores herdados. Postagens associadas a valores construídos destacaram predominantemente temas como prosperidade (14%), respeito mútuo (13%) e unidade na diversidade (12%). Em contraste, postagens sobre valores herdados focaram principalmente na cultura (13%), religião e beleza natural, cada uma representando 7% do conteúdo.

Gráfico 3. Número de postagens no Facebook relacionadas à identidade da ASEAN



Fonte: o autor, utilizando NVIVO 12 Plus.

Neste contexto, o bem-estar serve como uma ferramenta crucial para a ASEAN promover um senso de comunidade, ou união, entre seus membros. Através da iniciativa da Comunidade Econômica da ASEAN (AEC), a organização fez progressos significativos na intensificação da cooperação econômica com o objetivo de melhorar a qualidade de vida de seus cidadãos. Conforme delineado no AEC Blueprint 2025, a ASEAN aspira a criar uma região econômica altamente integrada e coesa, competitiva, inovadora e dinâmica. O plano também enfatiza a importância da conectividade aprimorada e da cooperação setorial, enquanto busca construir comunidades resilientes, inclusivas e orientadas para as pessoas, além de integradas à economia global (The ASEAN Secretariat, 2015).

No entanto, embora a ASEAN tenha alcançado sucesso notável na cooperação econômica — ascendendo para se tornar a quinta maior potência econômica mundial com um PIB médio de USD 3 trilhões — ela ainda enfrenta desafios na distribuição equitativa do bem-estar entre seus países membros. Esta disparidade é evidente no *Legatum Prosperity Index*TM 2020, que avalia o bem-estar de um país com base em nove indicadores específicos.

Tabela 4. Índice de Bem-Estar dos Países da ASEAN

Ranking	País	Pontuação
1	Singapura	79,51
2	Malásia	67,49
3	Indonésia	61,1
4	Tailândia	60,41
5	Vietnã	58,28
6	Filipinas	56,9
7	Laos	49,92
8	Camboja	48,55
9	Myanmar	46,78

Nota: Brunei Darussalam não foi encontrado no *Legatum Prosperity Index*TM 2020.

Fonte: Prosperity, 2021.

Questões relacionadas ao bem-estar também foram destacadas no Índice de Liberdade Econômica publicado pela Heritage Foundation em 2021. O índice revelou uma disparidade significativa entre os países da ASEAN em relação à liberdade econômica. Liberdade econômica, definida como o direito fundamental de cada indivíduo de controlar seu próprio trabalho e propriedade, serve como uma métrica crucial para avaliar o bem-estar. Em uma sociedade que valoriza a liberdade econômica, os indivíduos têm autonomia para trabalhar, produzir, consumir e investir conforme desejarem. Tal sociedade também garante que o governo permita o livre movimento de trabalho, capital e bens, e se abstenha de impor medidas coercitivas ou restrições às liberdades além do necessário para proteger e manter a própria liberdade. Esse nível de liberdade econômica, por sua vez, promove uma maior prosperidade (Heritage Foundation, 2021).

Tabela 5. Índice de Liberdade Econômica dos Países da ASEAN

Ranking	País	Pontuação	Categoria
1	Singapura	89,7	Livre
2	Malásia	74,4	Majoritariamente Livre
3	Tailândia	69,7	Moderadamente Livre
4	Indonésia	66,9	Moderadamente Livre
5	Brunei Darussalam	66,6	Moderadamente Livre
6	Filipinas	64,1	Moderadamente Livre

Ranking	País	Pontuação	Categoria
7	Vietnã	61,7	Moderadamente Livre
8	Camboja	57,3	Majoritariamente Não Livre
9	Myanmar	55,2	Majoritariamente Não Livre
10	Laos	53,9	Majoritariamente Não Livre

Fonte: Heritage Foundation, 2021;

Economicamente, a disparidade entre os países da ASEAN é evidente no PIB per capita de cada estado membro. Singapura apresenta o PIB per capita mais alto, seguido por Brunei Darussalam, que possui aproximadamente metade do PIB per capita de Singapura. Essa disparidade torna-se evidente ao comparar Singapura com os países do CVLM (Camboja, Vietnã, Laos e Mianmar), que possuem um PIB per capita de apenas USD 2.075,3. Esta diferença foi destacada por Gugler e Vanoli em 2017, que argumentam que as discrepâncias no PIB entre os membros da ASEAN decorrem principalmente da assimetria de produtividade e variações na utilização da mão-de-obra (Gugler & Vanoli, 2017). Consequentemente, como afirmado pelo Banco Asiático de Desenvolvimento, “reduzir a lacuna de desenvolvimento dentro e entre as economias da ASEAN é um passo essencial para aprofundar a integração econômica” (ADB, 2014 *apud* Gugler e Vanoli, 2017).

Tabela 6. PIB per capita dos países membros da ASEAN

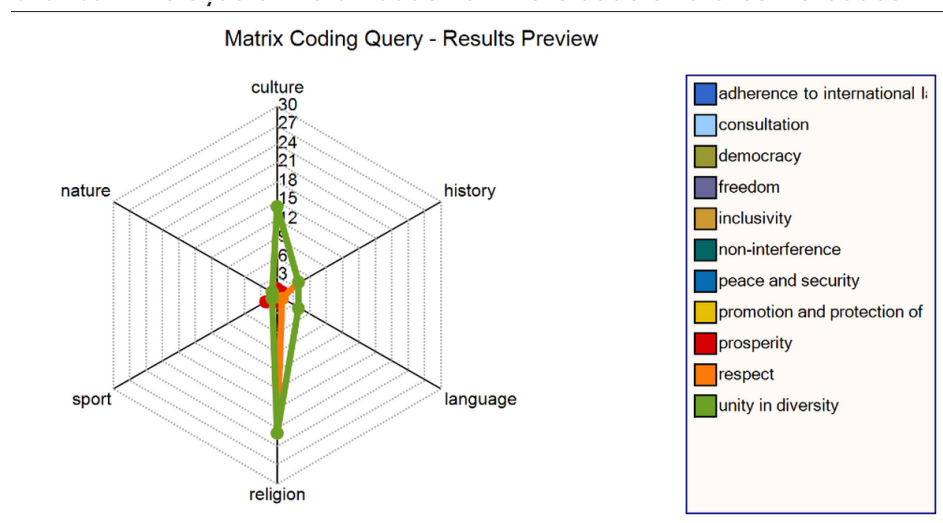
País	PIB per capita (USD)
Singapura	65.233,3
Brunei Darussalam	31.086,8
Malásia	11.414,2
Tailândia	7.806,7
Indonésia	4.135,6
Filipinas	3.485,1
Vietnã	2.715,3
Laos	2.534,9
Camboja	1.643,1
Myanmar	1.407,8

Fonte: Banco Mundial, 2021

A estratégia da ASEAN de promover a “unidade na diversidade” serve como um pilar para a formação da identidade regional. Esta expressão

encapsula o reconhecimento da diversidade étnica, cultural e religiosa entre seus países membros. De acordo com uma análise detalhada utilizando o *NVIVO 12 Plus* (Gráfico 4), o conceito de “unidade na diversidade” correlaciona-se fortemente com importantes valores herdados como respeito, cultura, religião, história, idioma, esporte e natureza.

Gráfico 4. Relação entre Unidade na Diversidade e Valores Herdados



Fonte: o autor, utilizando *NVIVO 12 Plus*.

ASEAN adotou estrategicamente esse ethos de “unidade na diversidade” para contornar potenciais conflitos decorrentes das iniciativas de construção nacional em seus Estados membros (Jönsson, 2010). Esta abordagem atua como mediadora entre os processos de formação de identidade nacional e regional, especialmente crucial quando ambos estão evoluindo em paralelo.

A identidade da ASEAN é disseminada através de comunicação estratégica, principalmente por meio de sua página oficial no Facebook. Uma análise utilizando *NVIVO 12 Plus* revela as palavras “comunidade”, “desenvolvimento”, “estabilidade” e “prosperidade” como escolhas de vocabulário frequentes. A proeminência do termo “comunidade” sublinha o compromisso da ASEAN em promover um senso de identidade coletiva baseado na diversidade cultural.

Ao concluir esta pesquisa, é importante destacar que o objetivo principal foi explorar o papel das mídias sociais, especificamente o Facebook, na formação da identidade da comunidade da ASEAN. O estudo integrou insights de pesquisas anteriores, especialmente o trabalho de Al-Dheleai e Tasir (2017), e empregou o conceito de “unidade na diversidade” como um arcabouço teórico. A utilização do NVIVO 12 Plus para análise de dados proporcionou métricas quantificáveis para avaliar as estratégias de mídia social da ASEAN e sua eficácia. Esses resultados revelam que, embora a ASEAN tenha sido eficaz na divulgação de seus valores centrais e mensagens, há uma desconexão significativa em seu alcance à comunidade online, indicando a necessidade urgente de reavaliação de suas estratégias de mídia social.

Os resultados do estudo têm implicações substanciais. Eles sugerem que, apesar de a ASEAN ser uma das maiores comunidades de usuários da internet no mundo, seus esforços na formação da identidade por meio de plataformas de mídia social têm espaço para melhorias significativas. Essas descobertas não são apenas acadêmicas, mas também têm aplicações práticas, sinalizando uma urgência para a ASEAN reconsiderar suas táticas de comunicação online.

Olhando para o futuro, pesquisas adicionais podem ampliar o escopo deste estudo de várias maneiras. Isso pode incluir investigar as causas do baixo engajamento nas mídias sociais entre a população da ASEAN, apesar das altas taxas de uso da internet. Estudos subsequentes também podem explorar os papéis de outras plataformas de mídia social na formação da identidade regional e podem utilizar técnicas de *machine learning* para análise mais detalhada do engajamento e análise de sentimentos dos usuários.

Em resumo, esta pesquisa destaca as complexidades da formação de identidade na era digital, especialmente para uma região tão diversa quanto a ASEAN. O estudo identifica tanto oportunidades perdidas quanto desafios significativos, enfatizando a necessidade de uma abordagem mais sofisticada e eficaz para o engajamento da comunidade online da ASEAN. Esta consideração final visa encapsular os argumentos centrais, implicações e direções futuras potenciais, em consonância com as sugestões dos revisores.

Referências

Al-Dheleai, Y. M., & Tasir, Z. (2017). Using Facebook for the Purpose of Students' Interaction and its Correlation with Students' Academic Performance. In TOJET: The Turkish Online Journal of Educational

Technology (Vol. 16, Issue 4).

ASEAN Secretariat. "ASEAN Secretariat Facebook Page." Acessado em <https://www.facebook.com/aseansecretariat/>.

ASEAN UP. "Southeast Asia Digital, Social & Mobile 2017." Acessado em <https://aseanup.com/southeast-asia-digital-social-mobile-2017/>.

ASEAN UP. "Southeast Asia Digital, Social & Mobile." Acessado em <https://aseanup.com/southeast-asia-digital-social-mobile/>.

ASEAN. "ASEAN Ministers Responsible for Information (AMRI)." Acessado em <https://asean.org/asean-socio-cultural/asean-ministers-responsible-for-information-amri/>.

ASEAN. "ASEAN Socio-Cultural Community." Acessado em <http://asean.org/asean-socio-cultural>.

ASEAN. "Narrative of ASEAN Identity." Acessado em <https://asean.org/narrative-asean-identity/>.

Banco Mundial. "World Bank GDP per Capita Data." Acessado em https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=Z4-8S-Z7&name_desc=true.

Burita, L. (2019). Information analysis on facebook. 2019 Communication and Information Technologies Conference Proceedings, KIT 2019 - 10th International Scientific Conference, 6, 1–5. <https://doi.org/10.23919/KIT.2019.8883471>

E. Jones, M. (2004). Forging an ASEAN Identity: The Challenge to Construct a Shared Destiny. *Contemporary Southeast Asia*, 26(1), 140–154.

Eaton, S., & Stubbs, R. (2006). Is ASEAN powerful? Neo-realist versus constructivist approaches to power in Southeast Asia. *Pacific Review*, 19(2), 135–155. <https://doi.org/10.1080/09512740500473148>

Ekman, M. (2019). Anti-immigration and racist discourse in social media. *European Journal of Communication*, 34(6), 606–618. <https://doi.org/10.1177/0267323119886151>

Elliott, L. (2003). ASEAN and environmental cooperation: Norms, interests and identity. *Pacific Review*, 16(1), 29–52. <https://doi.org/10.1080/0951274032000043235>

Global Peace Index 2020: Measuring Peace in a Complex World. (2020).

Gugler, P., & Vanoli, L. (2017). Convergence or divergence of prosperity within the ASEAN community? A crucial issue for the success of the ASEAN economic community (AEC) process. *International Journal of Emerging Markets*, 12(3), 610–624. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-09-2016-0231>

- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16(4), 411–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>
- Hettne, B., & Söderbaum, F. (2007). The future of regionalism: Old divides, new frontiers. *Regionalisation and Global Governance: The Taming of Globalisation?*, January, 61–79. <https://doi.org/10.4324/9780203933398>
- Jönsson, K. (2010). Unity-in-Diversity? Regional Identity-building in Southeast Asia. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 29(2), 41–72.
- Khani, M. H. (2018). Geopolitics of Regionalism ; Moving towards Regional Integration as a Means for Lasting Peace and Stability in the Middle East. *Geopolitics Quarterly*, 13(4), 280–293.
- KhosraviNik, M., & Zia, M. (2014). Persian Nationalism, Identity and Anti-Arab Sentiments in Iranian Facebook Discourses. *Journal of Language and Politics*, 13(4), 755–780. <https://doi.org/10.1075/jlp.13.1.08kho>
- Kulyk, V. (2018). Between the “Self” and the “Other”: Representations of Ukraine’s Russian-speakers in Social Media Discourse. *Journal of Ukrainian Studies*, 5(2), 65–88.
- Legatum Prosperity Index™. “Prosperity Index Rankings.” Acessado em <https://www.prosperity.com/rankings?pinned=&filter=>.
- Likealyzer. “Likealyzer Analytics Tool.” Acessado em <https://likealyzer.com/>.
- MC Digital. “Campaign: ASEAN Social Media Strategy.” Acessado em <http://mc-digital.com/campaigns/campaign-asean-social-media-strategy/>.
- Morada, N. M. (2008). ASEAN at 40: Prospects for Community Building in Southeast Asia. *Asia-Pacific Review*, 15(1), 36–55. <https://doi.org/10.1080/13439000802134043>
- Narine, S. (2009). ASEAN in the twenty-first century: A sceptical review. *Cambridge Review of International Affairs*, 22(3), 369–386. <https://doi.org/10.1080/09557570903104065>
- Nguyen, D. (2018). The Role of Civil Society Organization in Shaping An Asean Identity. *ASEAN/Asian Academic Society International Conference Proceeding Series*, 0(0), 495–508. <http://aasic.org/proc/aasic/article/view/395>
- Noor, F. A. (2015). Shared Cultures and Shared Geography: Can There Ever Be a Sense of Common ASEAN Identity and Awareness?
- Paasi, A. (2011). The region, identity, and power. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 14, 9–16. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.03.011>

- Paasi, A. (2017). Bounded spaces in the mobile world: Deconstructing “regional identity.” *Regions: Critical Essays in Human Geography*, 93(2), 385–396.
- Shabir, G., Mahmood, Y., Hameed, Y., & Safdar, G. (2017). The impact of social media on changing mind-set of the youth a case study of chennai city. *International Journal of Latest Trends in Engineering and Technology*, 9(2), 132–151. <https://doi.org/10.21172/1.92.01>
- Shirazi, F. (2013). Social media and the social movements in the Middle East and North Africa: A critical discourse analysis. *Information Technology and People*, 26(1), 28–49. <https://doi.org/10.1108/09593841311307123>
- Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media. *Foreign Affairs*, 1–9.
- Socialbakers. “ASEAN Secretariat Facebook Page Analytics.” Acessado em https://www.facebook.com/aseansecretariat/?ref=page_internal.
- Socialbakers. “Socialbakers Analytics Suite.” Acessado em <https://suite.socialbakers.com/>.
- Söderbaum, F. (2007). Comparative regional integration and regionalism. *The SAGE Handbook of Comparative Politics*, January 2007, 477–496. <https://doi.org/10.4135/9780857021083.n27>.

RESUMO

A comunidade da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN) está profundamente empenhada em cultivar uma identidade regional como parte de seu compromisso com o regionalismo centrado nas pessoas. Apesar da importância desse esforço, ainda existe uma lacuna significativa na conscientização pública sobre o que constitui uma “identidade ASEAN”, mesmo entre elites influentes e Estados membros com uma relação de longa data com a organização. Aproveitando a influência da ASEAN como uma entidade estabelecadora de normas, este estudo visa explorar as estratégias da organização para moldar uma identidade coletiva por meio de sua presença no Facebook. Utilizando um design de pesquisa qualitativa apoiado pelo software *NVIVO 12 Plus* para análise de dados, este artigo argumenta que plataformas de mídia social como o Facebook, conhecidas por suas características interativas, participativas e democráticas, oferecem à ASEAN um canal valioso para fomentar uma compreensão compartilhada de sua identidade. Nossos resultados indicam que a ASEAN prioriza a criação de valores compartilhados em vez da exploração do patrimônio cultural diverso de suas nações membros. Além disso, a organização enfatiza a importância da prosperidade, do respeito mútuo e da “unidade na diversidade” como princípios fundamentais de sua identidade coletiva.

PALAVRAS-CHAVE

ASEAN. Regionalismo. Facebook. Identidade. Centrado nas pessoas.

Recebido em 24 de janeiro de 2023

Aprovado em 23 de junho de 2024

Traduzido por Felipe Werner Samuel