

O Facebook como repertório e esfera pública virtual nos protestos do “Não Vai Ter Copa”¹

Nilton Cesar Monastier KLEINA²
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

A rede social Facebook caracteriza-se não mais como um mero espaço de relacionamentos e interações de lazer entre participantes conectados à internet, mas também em um espaço de debate e participação política. O presente artigo examina o Facebook como parte do repertório de ação (TARROW, 2009) das manifestações que rejeitam e criticam a realização da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, identificados pela expressão “Não Vai Ter Copa”. A intenção do trabalho é observar as ferramentas disponibilizadas pela plataforma da rede social sob a ótica da mobilização política, além de fomentar dois debates envolvendo os protestos: a conceituação da internet como esfera ou espaço público virtual (PAPACHARISSI, 2002) e a classificação de um grupo de protesto como movimento social – ou, em caso de resposta negativa, em que área ele melhor pode ser encaixado.

Palavras-chave: Facebook; movimentos sociais; esfera pública; mobilização política; Copa do Mundo

Às vésperas da Copa do Mundo de 2014, as manifestações contrárias à realização do torneio de futebol no Brasil e que visam à exposição de desigualdades sociais no país antes e durante o evento utilizam um repertório de ação variado, porém comum a mobilizações sociais modernas. Elas constituem-se de protestos de rua a abaixo-assinados, entre outras táticas que têm como objetivo não só chamar a atenção dos opositores e reivindicar mudanças na sociedade, mas convencer e angariar a simpatia das parcelas da população que não aderiram à mobilização. Formado por membros de coletivos e movimentos sociais das mais variadas pautas, esse conjunto de protestos utiliza-se da internet para organizar novas manifestações, disseminar ideias e expandir para meios digitais o conflito contra a Fifa (Federação Internacional de Futebol), organizadora da Copa, e o governo brasileiro, que efetivou a candidatura e aceitou a responsabilidade de sediá-la.

Uma das arenas desse confronto é o Facebook, que se torna também uma estrutura de mobilização do chamado “Não Vai Ter Copa”. Características básicas do site, como as

¹ Trabalho apresentado no GP Mídias, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação Social do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), email: nckleina@gmail.com

chamadas páginas de fãs, a criação de eventos e os grupos abertos ainda tornam possível a conceituação da rede social como um exemplo de esfera pública virtual, ao contrário de um mero espaço, possibilitando a formação de opinião e a disseminação de ideais, sendo um possível local para deliberação pública.

Principal objeto de estudo deste artigo, o Facebook é uma rede social desenvolvida em 2004 nos Estados Unidos por Mark Zuckerberg, na época estudante da Universidade de Harvard. O site foi lançado inicialmente para alunos do campus, sendo posteriormente liberado para acesso ao público geral em 2006. O objetivo do serviço é manter amigos e familiares conectados virtualmente pela internet a partir de postagens e bate-papo e permitir o compartilhamento de conteúdo publicamente ou restrito aos contatos. Atualmente, ele é a rede social mais acessada do mundo e mantém uma taxa diária de 802 milhões de usuários ativos, segundo um relatório financeiro de março de 2014 da companhia³.

Internet, participação política e esfera pública

Na discussão entre mobilização política e participação na internet, uma série de questões são levantadas: a rede é uma plataforma válida para manifestações? Há espaço e voz para quem é subrepresentado em outros meios de comunicação? Outra pergunta constante e derivada das anteriores consiste na conceituação da internet, que pode ou não ser considerada uma esfera pública virtual.

Para Habermas (1997), a esfera pública deve ser um espaço livre de influência do Estado (ou poder administrativo) e do mercado. Deve haver um extenso debate público e, lá, deve ocorrer formação de opiniões e vontades coletivas. É também o principal local em que os subrepresentados políticos podem exercer influência sobre os representantes. Isso não significa, entretanto, que decisões são tomadas ou ações são realizadas neste meio. Com o passar do tempo, Habermas alterou e acrescentou conceitos à teoria de esfera pública iniciada na década de 1970.

Em seus estudos iniciais, o autor idealizava a esfera pública a partir de espaços como salões e cafés europeus. Após as revisões de conteúdo, afirma que meios de comunicação podem influenciar e massificar a opinião da esfera, um espaço poroso, sem divisas e que, portanto, aceita incorporações. Em uma de suas obras da década de 1990, chega-se a um conceito mais fechado: “A esfera pública pode ser descrita como uma rede

³ Relatório disponível em <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=842071>

adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos” (1997, p. 92).

Quando o tema é cruzado com a internet, entretanto, há discordância sobre a validação da rede como esfera pública. Há quem reconheça a importância da internet nas relações sociais, mas afirma que ela é um espaço público – ou seja, fornece um local para discussões, mas não necessariamente para a formação da democracia (PAPACHARISSI, 2002, p.11). A aleatoriedade de tópicos, a manutenção da hegemonia e a fragmentação do discurso são fatores criados com essa popularização que podem enfraquecer o poder social e político da rede (PAPACHARISSI, 2012; LEVY, 1999).

Esses problemas se tornam menos relevantes quando se percebe que a internet faz com que as pessoas readquiram interesse na sociedade civil a partir da participação política (MAIA, 2011, p. 47). Os estudos sobre esfera pública e internet têm várias fases, determinadas de acordo com o contexto em que foram realizados. Na década de 1990, impera o impacto da rede na época de eleições, especialmente nos Estados Unidos (STROMMER-GALLEY, 2000), enquanto na década seguinte o foco passa a ser de novidades como fóruns e salas de bate-papo e a configuração ou não desses meios em esfera pública (PAPACHARISSI, 2012). Estaríamos em uma fase em que o pesquisador procura identificar os usos da internet para promover debates públicos. Wilson Gomes atenta para o deslumbramento causado pela ascensão da política na internet – periga que os atores políticos emergentes dessas novas mídias sejam apenas “vinho velho em barril novo” (GOMES, 2011, p. 21). É preciso reconhecer a contribuição social da rede, um espaço de deliberação pública com liberdade o suficiente para permitir uma ação espontânea de opiniões – mas que apenas funciona como esfera pública (ou componente de uma) “se for utilizada dessa maneira por instituições, associações coletivas e indivíduos” (BARROS; SAMPAIO, 2011, p. 169).

Ainda assim, com as redes de comunicação e plataformas como blogs, redes sociais e fóruns, a esfera pública passa de uma dimensão local para a global, sem perder a importância em ser o espaço em que cidadãos articulam suas visões autônomas para influenciar as instituições políticas na sociedade (CASTELLS, 2008, p. 79). Ou seja, a internet pode até não ser uma nova esfera pública, mas a expansão de um desses espaços de discussão e influência. Um dos poucos a recortar o tema e examinar o Facebook, Westling é do grupo de pesquisadores otimistas que vê no site um dos melhores meios online ou

offline de conquistar a verdadeira esfera pública – mas, embora o autor faça tal defesa, ele restringe o pensamento ao estudo da esfera pública de Habermas e mostra uma visão extremamente otimista da rede social.

Com uma análise mais ampla na obra *Poder em Movimento*, Sidney Tarrow aborda a teoria da mobilização política desde os exemplos mais antigos, como revoltas na Revolução Francesa, e termina com reflexões sobre os novos movimentos. O autor traz uma questão pertinente sobre o papel e o objetivo da internet nos protestos: o uso de tecnologias digitais está mudando as formas de difusão dos desafios coletivos ou só a velocidade da transmissão? (TARROW, 2009).

Protestos ou movimento social?

Antes de discutir como as manifestações atuam no Facebook e qual o papel da rede social neste caso em específico, faz-se necessário definir que conceito é capaz de definir melhor a situação do “Não Vai Ter Copa”: seria ele um movimento social ou protestos organizados e compostos por movimentos e membros plurais unidos sob causas similares? Essa conceituação é uma das mais controversas e abstratas da mobilização política, gerando opiniões variadas e que atravessam décadas de estudos.

Para a pesquisadora Maria da Glória Marcondes Gohn (2011), os movimentos sociais são fontes de inovação e matrizes geradoras de saberes. Entretanto, não são resultado de um processo isolado, mas de caráter político-social (2011, p. 333), sem contar o estabelecimento de redes de articulações. Em uma obra anterior, a autora afirma ainda que se tratam de ações sociais coletivas de caráter também cultural que viabilizam formas distintas de organização e expressão de demandas por parte da população (GOHN, 2008). Além disso, adaptados a uma nova época com novos valores, os novos movimentos sociais (NMOs) usam a mídia e as atividades de protestos para mobilizar a opinião pública a seu favor, como forma de pressão sobre os órgãos e políticas estatais (GOHN, 2007, p. 125).

Nos estudos sobre mobilização política de Tarrow (2009), evidencia-se que os movimentos sociais devem ser sequências baseadas em redes sociais de apoio e esquemas de ação coletiva que desenvolvem uma capacidade de sustentação do confronto político. O autor utiliza como base os conceitos trabalhados por Charles Tilly, em que tais movimentos seriam desafios coletivos baseados em objetivos comuns e solidariedade social numa interação sustentada em conjunto com elites, opositores e autoridades. Della Porta e Diani

(2006) complementam a discussão, afirmando que o movimento social não deve ser encarado como meramente uma organização para protestos. Ou seja, não se deve assumir um caráter reducionista e alegar que toda e qualquer mobilização reivindicatória pode ser chamada de um movimento social. Coletivos com base na sociedade civil e “portadores de legitimidade frequentemente não institucional” (MACHADO, 2007, p. 255) são constantemente confundidos com movimentos sociais, mas não se enquadram. Mas outro erro comum é descreditar tais protestos levando em conta apenas o fato de eles não assumirem um caráter de movimento: a ida às ruas pode ser o primeiro passo para o estabelecimento de ligações mais fortes em uma sociedade.

Nas manifestações contra a Copa do Mundo no Brasil, nota-se justamente a dificuldade no estabelecimento de uma identidade coletiva: apesar de serem organizados em filiais regionais e lutarem pelos mesmos princípios, as ações realizadas em cada cidade não conseguem atingir algo próximo da unanimidade nos tópicos discutidos, mesmo entre os participantes das manifestações. Os tais membros, inclusive, podem até fazer parte de movimentos sociais separadamente, mas isso não significa que o “Não Vai Ter Copa” entra nessa categoria. Tal formação de identidade coletiva é “parte constitutiva da formação dos movimentos” (GOHN, 2007, p. 124) e pode fazer com que ele seja duradouro, não episódico.

Portanto, os protestos que acontecem sob o slogan “Não Vai Ter Copa” – e antes da criação da expressão, pelos chamados Comitês Populares da Copa⁴ – não constroem uma identidade, uma vez que foram criados justamente para reivindicar igualdade social durante um determinado período e não trabalham também na construção de uma identidade. Em resumo, são justamente tão frágeis por não se tratarem de movimentos sociais, mas de micromobilizações. Após a realização do mundial, os esforços dos integrantes devem ser direcionados para os Jogos Olímpicos de 2016, que acontecem exclusivamente no Rio de Janeiro, ou serem dissipados em manifestações com outros nomes e características. Além disso, não há o diálogo claro com elites e opositores, como a FIFA e o governo: o repertório de confronto não chega a estabelecer negociações ou conversas, predominando a reivindicação unilateral.

⁴ Sem um marco inicial ou lideranças definidas, os comitês populares das doze cidades-sede da Copa do Mundo de 2014 começaram a atuar a partir de 2010. O primeiro grande tópico debatido foi a Lei Geral da Copa. Com a mesma força constitucional que qualquer outra lei, ela engloba uma série de exigências da FIFA ao país realizador do torneio, como valores de ingressos e responsabilidades das cidades-sede em relação ao urbanismo. Já o grito de ordem “Não Vai Ter Copa” começou a ser utilizado nos protestos de junho de 2013 e nas manifestações contra a realização da Copa das Confederações, que ocorreu na mesma época. Em 10 de dezembro do mesmo ano, Dia Internacional dos Direitos Humanos, foi lançado o manifesto “Se Não Tiver Direitos, Não Vai Ter Copa”, oficializando ainda mais a manifestação.

Os próprios comitês populares organizados regionalmente para articular os protestos não se definem como movimentos sociais, mas como “um conjunto de organizações e lideranças populares” (COMITÊ POPULAR DA COPA E DAS OLIMPIADAS DO RIO DE JANEIRO, 2014) e um “grupo aberto, horizontal e apartidário de articulação e resistência” (COMITÊ POPULAR DA COPA DE SÃO PAULO, 2014). Levando em conta tais fatores, um termo mais correto a ser atribuído, portanto, é o de micromobilizações.

Bastante populares no Brasil a partir da década de 1980 em caráter de especificidade (GOHN, 2011), as atividades de micromobilização servem “em um primeiro momento, para a estabilização de quadros da ação coletiva no âmbito do núcleo gerador da ação coletiva e, em um segundo momento para sustentarem ações coletivas com outros atores da sociedade civil, das instituições políticas e dos meios de comunicação” (PRUDENCIO, SILVA JR., 2013). Apesar de serem protestos que ocorrem nacionalmente, eles envolvem ações coletivas em âmbito regional que coincidem em repertório e organização. Isso não significa, entretanto, que elas não possam evoluir para um movimento social, já que as redes organizacionais de um movimento social, em suas fases iniciais, tendem de fato a serem fracas e estruturadas de modo informal (KRIESI, 2008, p. 154), evoluindo durante o desenvolvimento da ação coletiva, a conquista da atenção pública e o estabelecimento de conexões mais sólidas entre os participantes.

No estudo dos protestos de junho de 2013, Aldé e Santos (2014) ainda emprestam o termo “redes policêntricas” (*segmented polycentric integrated networks*) (2014, p. 3) de Luther Gerlach. Entre outras características, essas redes são formadas por um conjunto de células e não apresentam fronteiras estáveis nítidas, com instabilidades decorrentes de discordâncias em tópicos repertório e mobilização de quadros. Em questões organizacionais e estruturais, o conceito dialoga com o de micromobilizações.

Repertórios de ação coletiva

Basicamente, os repertórios de ação coletiva são as formas codificadas culturalmente de interação da população em momentos de política de contenção (MCADAM, TARROW, TILLY, 2004, p. 16, tradução nossa). O repertório ajuda a descrever o que acontece, identificando um conjunto limitado de rotinas que são aprendidas, compartilhadas e executadas através de um processo relativamente deliberado de escolha (TILLY, 1992, *apud* TARROW, 2009). Ele reúne as práticas coletivas utilizadas em busca

de algum objetivo em comum, sendo não só a seleção dessas ações para incentivar uma mobilização, mas também, se divulgado ou colocado em prática, uma forma de intimidar opositores.

Como o repertório é também a reprodução de ações passadas, a repetição de padrões táticos coletivos traz maior sincronia entre os integrantes uma manifestação – algo que pode culminar no reforço dos laços e na criação de uma identidade coletiva. Segundo McAdam, Tarrow e Tilly, essa rotina gera a habilidade coletiva de coordenar, antecipar, representar e interpretar as ações uns dos outros (2004, p. 138).

Essencial para a compreensão da mobilização política na atualidade, o repertório é um conceito ao mesmo tempo estrutural e cultural, envolvendo não apenas o que as pessoas fazem quando estão em conflito, mas “o que elas sabem sobre como fazer e o que os outros esperam que façam” (TARROW, 2009, p. 51). É como se o repertório existisse também em um “mundo das ideias” e fosse não só as táticas aplicadas na ação coletiva, mas a expectativa sobre quais serão as atitudes tomadas, de acordo com a possibilidade e a capacidade dos manifestantes envolvidos.

As análises de repertório feitas na área de mobilização política buscam referências desde o século XVIII, quando eram comuns ações como barricadas e invasão a residências. Mas essas atitudes eram particulares e não se relacionavam estritamente com política – essa característica foi incorporada posteriormente, segundo Tarrow, no que é chamado de repertório modular, identificado como “cosmopolita em vez de provinciano, autônomo em vez de dependente de rituais herdados ou de ocasiões específicas; e modular em vez de particular” (2009, p. 59). O grande diferencial dessa forma de ação coletiva é a possibilidade de transportar as táticas de um confronto ao outro, sem que necessariamente haja uma conexão entre os atores.

Em outras palavras, grupos de protesto que não se comunicaram anteriormente ou que pertencem a épocas diferentes podem compartilhar dos mesmos repertórios, que são adaptados de acordo com a situação de conflito. O caso do “Não Vai Ter Copa” é tipicamente modular, já que as manifestações são formadas por um hibridismo de ações coletivas: há passeatas, panfletagem, composição de cartazes, gritos de ordem e depredação de patrimônios públicos e privados – nenhuma originalidade, mas sim adaptações de táticas já existentes.

O repertório utilizado pode ser até ser original e inovador, mas só deixa de ser uma tática exclusiva de protestos para ser anexado em elementos da política convencional depois

de algum tempo de repetição e aceitação. Um bom exemplo é a presença dos “caras-pintadas” em manifestações realizadas no Brasil: essa caracterização, um repertório que enaltece o nacionalismo com as cores da bandeira no rosto, foi consagrado durante os protestos pelo impeachment do então presidente Fernando Collor de Melo, em 1992, tornando-se rotina também nos nas manifestações de junho de 2013, por exemplo, 21 anos depois.

Pesquisas na área de mobilização política ressaltam que a tecnologia nos últimos anos tornou-se crucial na renovação desse repertório. Essas táticas modificaram a organização de ações coletivas e também as estratégias de contenção por parte dos opositores. Além disso, o uso da internet não substitui as formas antigas de ação, mas agem em complemento. Ferramentas existentes ainda são usadas, e provavelmente mais do que nunca, já que a internet contribui na diminuição das bordas de participação (VAN AESLT, VAN LAER, 2010, p. 1150).

Identificar o repertório é um passo inicial para compreender os enquadramentos internos e a disputa de quadros interpretativos dentro de uma manifestação de um movimento social ou de um grupo com o mesmo foco de protesto ou manifestação política.

O “Não Vai Ter Copa” nas ferramentas do Facebook

Além das postagens tradicionais, que podem ser realizadas por qualquer membro com um perfil no Facebook, a rede social oferece outras quatro ferramentas de interação entre usuários do site: os grupos, os eventos, as páginas e as *hashtags*. Analisando tais possibilidades, nota-se que o site “combina os melhores recursos de boletins de avisos, jornais e reuniões de prefeituras e coloca tudo isso em um só lugar que está disponível a qualquer hora e em praticamente qualquer lugar” (WESTLING, 2007, p. 4, tradução nossa).

Ainda seguindo a análise de Westling da rede social, ressalta-se que, apesar de defender a rede como uma ferramenta de mobilização e organização, o autor reconhece que o Facebook não deve ser o único repertório de um protesto ou movimento, sendo somente uma forma de “unir membros de uma comunidade e providenciar um meio de compartilhamento de informações por uma única rede” (IDEM, 2007, pg. 4, tradução nossa).

É por esse pensamento que segue Papacharissi (2002), que compara o espaço fornecido pela rede de “inúmeras avenidas” para expressão e influência política. Ambos os

autores concordam que, a partir deste e de outros sites, quem nunca participou de atos ou discussões pode aproveitar o encurtamento de distâncias providenciado pela internet.

A seguir, cada uma das ferramentas será analisada não só como plataforma de discussão online, mas como possibilidade de repertório dos manifestantes contrários à Copa do Mundo.

a) Grupos

Os grupos do Facebook são a categoria mais restrita do repertório de ação de manifestações presentes na internet. Em alguns casos, os grupos ainda são fechados e não exibem postagens para quem não ingressa na página – ato que, dependendo da configuração, ainda depende da aprovação de um membro já participante. Por isso, eles podem ser considerados restritivos e parecem criar barreiras mesmo quando não possuem moderação. São mais indicados para mobilização e organização interna, sendo uma forma válida de estrutura de mobilização. Nessas páginas, as diferentes células podem relatar o progresso, discutir estratégias e fortalecer laços com outros focos de ação do movimento, mesmo que virtualmente.

Os grupos fechados mais populares no Facebook são: *ANARQUISTAS - CE |Não Vai Ter Copa| Liberdade Igualdade Fraternidade* [Ⓐ] (2.390 membros) e o *#NÃO VAI TER COPA, VAI TER PROTESTO!!* (691 membros). Já os mais numerosos entre os grupos abertos ao público e sem necessidade de moderação são o *Não vai ter copa* (724 membros) e o *Já disse... não vai ter COPA* (419 membros), sendo que o primeiro deles já não é mais atualizado desde 2013. A baixa adesão é natural, já que as discussões sobre protestos e manifestações são tomadas em eventos e páginas, os próximos objetos a serem discutidos, ou sob outros nomes, como nos grupos dos comitês populares.

Nos grupos abertos ao público, nota-se que as postagens coincidem bastante com o teor e o conteúdo das mensagens em eventos e páginas, o que indica uma possível coincidência entre os membros ou ao menos entre os ideais defendidos. Entretanto, analisar com aprofundamento o conteúdo e os discursos não é o objetivo do artigo.

b) Eventos

Os eventos possuem visibilidade um pouco maior em comparação com os grupos.

Eles são uma espécie de calendário que agregam convites para festas, manifestações, estreias e acontecimentos em geral. As páginas podem ser criadas por qualquer usuário cadastrado no Facebook e personalizadas com fotos e descrições. Quem comparecerá ao acontecimento pode confirmar presença pela página. Se a opção foi habilitada pelo responsável, é possível ainda convidar contatos para integrarem a lista de presença.

Se a página corresponde a um evento que acontecerá de fato, ela é uma forma de maior caráter público que os grupos de definir o repertório de manifestações ou protestos, discutir estratégias de ação e as ideias por trás de uma manifestação – embora a grande maioria dos participantes sejam favoráveis à realização do protesto, discordâncias podem ocorrer. A multiplicação de eventos também é comum: nos protestos de junho de 2013, por exemplo, “um único ato muitas vezes possuía dezenas ou centenas de convocações diferentes através de ‘eventos’ do Facebook, feitas por grupos com justificativas distintas sem a necessidade de interligação” (ALDÉ, SANTOS, 2014, p. 5)

Confirmar a presença em um evento é uma ação que frequentemente aparece no *feed* de postagens dos seus amigos, mesmo que eles não estejam na condição de convidados. A ideia dos organizadores é que esses terceiros, se curiosos, podem clicar na página e saber do que se trata a ação. Marcar comparecimento em massa é uma ação comum de quem é simpático ao movimento, mesmo que em outra cidade ou sem garantias de comparecimento ao local. Se por um lado isso pode ser intimidador, os números geralmente nunca coincidem com o do evento no momento da realização – no caso, este é sempre menor. O “*Grande ato 12 de JUNHO NÃO VAI TER COPA ! (SP)*”, realizado no mesmo dia da abertura do evento, que também aconteceu em São Paulo, recebeu 10,7 mil confirmações de presença no Facebook e mais de 214 mil convidados⁵. Durante o evento, “cerca de 20 manifestantes se concentravam na rua Apucarana, na esquina com a Radial Leste” (ARAÚJO, 2014), enquanto “cerca de 200 manifestantes organizavam um protesto, perto da estação de metrô Carrão” (IDEM, 2014).

c) Páginas

As *fanpages* (no original, em inglês) são páginas que lembram perfis tradicionais, mas recebem curtidas em vez de adicionar amigos. De forma oficial ou não, elas representam temáticas como pessoas, marcas, lugares ou instituições e podem ser fonte de

⁵ Evento disponível em <https://www.facebook.com/events/613104985455451/>

postagens que podem ser compartilhadas por qualquer usuário. Sem contar as postagens no próprio perfil de uma pessoa, ela é a ferramenta mais democrática oferecida pelo Facebook: qualquer pessoa pode criar uma *fanpage* e disseminar conteúdos e ideias.

Outro recurso é patrocinar a postagem e usar o sistema de publicidade da rede social. Isso aumenta o alcance de uma postagem para quem não teria acesso originalmente ao conteúdo. Mas essa estratégia, por envolver uma quantia relativamente alta de dinheiro, pode não ser a mais indicada para movimentos que já não dispõem de muita verba para outros exemplos de repertório.

As *fanpages* mais populares envolvendo os protestos são as seguintes: *Comitê Popular Rio Copa e Olimpíadas* (21.750 curtidas), *Comitê Popular da Copa 2014 em SP* (7.261 curtidas), *Comite Popular da Copa – DF Brasília* (2.401 curtidas), *Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa ANCOP* (5.290 curtidas), *Não Vai Ter Copa* (29.400 curtidas), *Não Vai Ter Copa* (5.897 curtidas), *Não vai Ter Copa* (9.355 curtidas) e *NÃO VAI TER COPA* (4.536 curtidas). Elas são diferenciadas pelas imagens utilizadas para ilustrar capa e perfil, além de contarem com uma descrição diferenciada.

Em todas as páginas, é comum o compartilhamento de textos de autoria própria ou não favoráveis às manifestações ou chamando para protestos e notícias expondo argumentos contrários à realização do mundial. Como a participação é aberta até mesmo para quem não curtir a página, discussões envolvendo pessoas favoráveis e contrárias à realização da Copa do Mundo são frequentes, reforçando o papel do Facebook como esfera pública virtual.

A frequência das postagens costuma ser maior com a proximidade de um protesto ou após a divulgação de algum fato polêmico, como um novo escândalo de corrupção envolvendo a FIFA. Durante a Copa do Mundo, as páginas mais populares ampliaram ainda mais a quantidade de mensagens enviadas.

d) Hashtags

Trata-se do recurso mais recente de compartilhamento e pesquisa de conteúdo na rede social. No Facebook, assim como no Twitter, a *hashtag* (chamada também de “sinal de número” ou popularmente como “jogo-da-velha”) serve para transformar tópicos e frases em links clicáveis. Ao clicar sobre um desses itens, você ganha acesso a “um *feed* de publicações que incluem essa *hashtag*. Você verá também algumas *hashtags* relacionadas

na parte superior” (IDEM, 2014).

Entretanto, a importância e o impacto da *hashtag* é menor no caso do Facebook do que na outra rede social. Aqui, não há um fator aglutinador por popularidade, como são os *Trending Topics* do Twitter. Ela pode ser utilizada para busca, por ser possível encontrar o histórico de uso desses termos no mesmo campo de pesquisa de pessoas e páginas do site.

As principais *hashtags* utilizadas pelos protestos são: *#NãoVaiTerCopa*, *#FIFAGoHome* e *#CopaPraQuem?*. Elas coincidem com as utilizadas pelo Twitter, até porque muitas das postagens automaticamente são feitas em ambas as redes sociais. Enquanto a primeira exibe um dos gritos das manifestações, o segundo é uma marca do descontentamento com a entidade organizadora do torneio. A terceira é a que mais reforça os objetivos dos protestos, especialmente nos tópicos sobre desigualdade social, pois afirma que o mundial é somente para alguns segmentos sociais do país, marginalizando e prejudicando parte da população.

Considerações finais

O Facebook é um meio que fornece uma enorme variedade de repertórios, graças às ferramentas inclusas na plataforma completa que é a rede social. No caso dos protestos contrários à Copa do Mundo de 2014, o site surge como uma forma de suporte efetiva para as manifestações, que se mostram tão ativas na internet quanto nas ruas no período anterior e durante o torneio de futebol. Não se pode negar que o site contribui na organização de mobilizações e na propagação ou discussão de ideias. A rede social configura-se, portanto, como uma extensão da esfera pública, ou uma esfera pública virtual.

Mas há exagero na afirmação de que o Facebook é uma revolução na participação política e na ação coletiva, que ainda depende mais de fatores como oportunidade política e estruturas de mobilização (TARROW, 2009). No caso no “Não Vai Ter Copa”, ele existe como um espaço de discussão com vistas à mobilização política e que compõe a deliberação, mas não a garante. Na participação política na internet, não é mais possível estabelecer fronteiras entre mobilizações nas ruas e nos sites ou concentrar a luta em apenas uma dessas esferas.

E se o papel das redes sociais já é inegável na organização e no convite para manifestações, é necessário um pouco de cuidado nas previsões sobre o papel delas nos resultados. Com o Facebook, o número de mensagens favoráveis a uma causa cresce em

quantidade, porém o público produtor e consumidor desses conteúdos podem ser os mesmos que o fazem na vida offline. E as postagens fazem alguma diferença, ou não passam da simples expressão de manifestantes em outros meios que não as ruas? Analisar o discurso desses manifestantes dentro e fora do Facebook não é o objetivo deste trabalho, mas se trata de um bom caminho que pode ser seguido em estudos envolvendo o tema Copa do Mundo.

Soma-se a isso o fato de o Facebook como repertório não atingir uma grande parcela do público, pois se restringe a quem é cadastrado no site e mantém contatos virtuais com pessoas ligadas aos movimentos. Cabe aos participantes encontrar maneiras de alterar tais conflitos e beneficiarem-se das ferramentas disponibilizadas nas redes sociais da internet.

Mas a rede social mostra-se uma forte aliada na organização e convocação para eventos, especialmente por conta da alta quantidade de pessoas cadastradas no site. O compartilhamento de conteúdo também é efetivo em quantidade e as discussões e conversas são frequentes – em nível regional ou nacional, como é visto nas páginas do “Não Vai Ter Copa”. Os problemas identificados estão nos grupos, muito pouco explorados e com baixa quantidade de postagens (ao menos no caso dos abertos ao público), e nas *hashtags*, que podem ser mais utilizadas, como no Twitter. Como resume Westling (2007), são poucas as funções realmente originais do Facebook, mas é a combinação delas que faz com que a rede social gere tamanha esperança na participação política.

Referências bibliográficas

ALDÉ, SANTOS . **As manifestações de junho: Estratégia em rede para resistência civil**. In: Encontro Anual da Compós, 23, 2014, Belém.

BARROS, C. T. G; SAMPAIO, R.C. **Internet como esfera pública? Análise de usos e repercussões reais das discussões virtuais**. In: IV CONGRESSO LATINO AMERICANO DE OPINIÃO PÚBLICA DA WAPOR, 2011

CASTELLS, Manuel. **The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance**. In: Annals, AAPSS, 616 (March), 2008.

DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario. **Social movements: an introduction**. 2nd edition. Melbourn: Blackwell Publishing, 2006

GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos Movimentos Sociais: Paradigmas clássicos e contemporâneos**. 6ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

_____. **Movimentos sociais na contemporaneidade**. In: Revista Brasileira de Educação v. 16 n. 47 maio-ago. 2011. p. 333-361.

GOMES, Wilson. **Participação Política Online: Questões e hipóteses de trabalho**. In: GOMES, W; MAIA, R. C. M.; MARQUES, F. P. J. A. Participação política e internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

KRIESI, Hanspeter. **New social movements in a political context**. In: MCADAM, Doug; MCCARTHY, John D.; ZALD, Mayer N. Comparative perspectives on social movements. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MACHADO, Jorge Alberto S. **Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais**. In: Sociologias, Porto Alegre, ano 9, nº 18, jul./dez. 2007, p. 248-285.

MCADAM, Doug; TARROW, Sidney; TILLY, Charles. **Dynamics of contention**. Nova York: Cambridge University Press, 2004

PAPACHARISSI, Zizi. **The virtual sphere: the internet as a public space**. In: SAGE Publications, Vol. 4. 2002.

PRUDÊNCIO, SILVA JR. **A comunicação política das micromobilizações na internet: uma proposta metodológica a partir da observação do hip hop em Curitiba**. In: Encontro Anual da Compós, 23., 2014, Belém.

STROMER-GALLEY, Jennifer. **On-line Interaction and Why Candidates Avoid It**. In: Journal of Communication v. 50, No. 3 (Autumn), 2000.

TARROW, Sidney. **O poder em movimento: movimentos sociais e confronto político**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

VAN AESLT, Peter; VAN LAER, Jeroen. **Cyber-protest and civil society: the Internet and action repertoires in social movements**. In: Information, Communication & Society Vol. 13, No. 8, December 2010, pp. 1146–1171

WESTLING, Mike. **Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication**. In: Society, vol. 28, Maio. pg. 835-860, 2007.

Outras referências

ARAÚJO, Thiago de. **Confronto entre PM e manifestantes em SP gera primeira confusão na Copa do Mundo**. Em Brasil Post, 6 de junho de 2014. Disponível em <http://www.brasilpost.com.br/2014/06/12/confronto-pm-ato-contra-copa_n_5487869.html>. Acesso em 6 de julho de 2014.

COMITÊ POPULAR DA COPA E OLIMPÍADAS DO RIO DE JANEIRO. **Apresentação**. Disponível em <<http://comitepopulario.wordpress.com/>>. Acesso em 3 de julho de 2014.

COMITÊ POPULAR DA COPA DE SÃO PAULO. **Quem somos**. 2014. Disponível em: <<http://comitepopularsp.wordpress.com/o-comite/quem-somos/>>. Acesso em 3 de julho de 2014.

FACEBOOK. **Como faço para usar hashtags?**, 2014. Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/587836257914341>>. Acesso em 3 de julho de 2014.