

NÃO VAI TER COPA: ENQUADRAMENTOS DA MOBILIZAÇÃO NO FACEBOOK

THERE WON'T BE WORLD CUP: FRAMEWORKS OF MOBILIZATION ON FACEBOOK

Kelly Prudencio*

Nilton Kleina**

RESUMO:

Este artigo apresenta um estudo das páginas no Facebook da campanha contrária à realização da Copa do Mundo Fifa de 2014 no Brasil, a partir dos conceitos de enquadramento e alinhamento de quadros estabelecidos por Benford e Snow (2000). O objetivo é observar o papel da rede social nos protestos, que tiveram como objetivos impedir a realização do evento e, ao mesmo tempo, evidenciar problemas sociais do país. A metodologia envolve uma análise das postagens que resultam nos quadros mobilizados, como eles interagem e de que forma essa estratégia de comunicação foi desenvolvida durante os três anos de campanha. Os resultados mostram que a Copa foi uma oportunidade política para o agendamento de temáticas paralelas ao evento, cujo conteúdo mais reforçou o vínculo entre os engajados do que mobilizou outros quadros. Foi possível perceber ainda como os usuários das *fanpages* se relacionaram com as características técnicas da plataforma, indicando alguns limites para a mobilização no Facebook.

PALAVRAS-CHAVE: Enquadramento, Copa do Mundo, Facebook.

ABSTRACT

This article presents a study on the Facebook fanpages of the campaign against Brazil hosting the 2014 Fifa World Cup. We based our research on the concepts of framework and frame alignment developed by Benford and Snow (2000). Our goal was to observe the role of Facebook in the protests, which aimed to prevent its occurrence in Brazil and at the same time highlight social problems of the country. The methodology involves an analysis of the postings, searching for the mobilized frameworks, the way they interact and how this communication strategy was developed during this three-year

* Professora no Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), doutora em Sociologia Política e coordenadora do Grupo de pesquisa Comunicação e Participação Política. Kelly.prudencio5@gmail.com

** Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). nckleina@gmail.com

campaign. The results show that the World Cup was a political opportunity for scheduling parallel themes to the event, and their content strengthened ties between the engaged activists instead of mobilizing other frames. We could also observe how the usage of fanpages related to the platform technical features, indicating some limits to political mobilization on Facebook.

KEYWORDS: Frameworks, World Cup, Facebook.

INTRODUÇÃO

Desde 30 de outubro de 2007, quando a Federação Internacional de Futebol (Fifa) confirmou a escolha do Brasil como país-sede da Copa do Mundo de 2014, até o último dia da competição, em 13 de julho de 2014, não era uma unanimidade o clima de euforia em relação ao torneio. Aqui chamado de Não Vai Ter Copa, o grupo de ativistas, movimentos sociais e comunidades de todo o Brasil foram assumidamente contra o evento e, ao longo dos anos, organizaram-se em comitês e coletivos com objetivos claros. Um era impedir a realização da Copa ao mostrar que o Brasil estaria despreparado para sediar um megaevento. O segundo envolvia denunciar atitudes injustas ou incorretas da Fifa, do Governo Federal e das administrações estaduais e municipais durante toda essa organização.

Assim como nos protestos de junho de 2013 no Brasil, que inclusive ajudaram a impulsionar essa campanha em visibilidade, o Não Vai Ter Copa também usa a internet como mecanismo de organização e propagação de ideias – e é justamente a ação das páginas dessa campanha no Facebook que merece atenção neste estudo.

Há um conflito bastante claro entre dois segmentos – ativistas contra governos e Fifa – envolvendo a realização da Copa do Mundo de 2014. O momento de preparação do megaevento foi explorado como oportunidade política, janela de visibilidade e possibilidade de ação que pode moldar, conter ou ajudar a criar movimentos (GAMSON; MEYER, 1996, p. 276).

A presente pesquisa selecionou quatro páginas públicas (*Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa*, *Não Vai Ter Copa*, *Contra Copa 2014* e *Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa*) e, a partir de análises descritiva e interpretativa, exibiu possibilidades e limites no uso da rede social para a mobilização política. Os tópicos observados,

como moradia, gastos públicos e mesmo o futebol, criam uma variedade de enquadramentos que, dependendo de como são apresentados ao público e disputados internamente, podem levar a uma série de possibilidades dentro da campanha. E na ação coletiva, segundo Benford e Snow (2000), o processo de enquadramento não envolve só agregar significados, mas trocá-los e negociá-los como uma base de conhecimento, inspirando e legitimando atividades e campanhas.

O “NÃO VAI TER COPA” NO FACEBOOK

A mais bem estruturada forma de monitoramento e protesto relacionada à Copa do Mundo de 2014 existe na forma dos Comitês Populares da Copa, organizações de ativistas e das próprias comunidades atingidas pelo megaevento presentes tanto nas campanhas presenciais quanto na mobilização feita na internet. Unidos na chamada Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa (Ancop), eles são a primeira voz crítica organizada contra a realização do evento. O primeiro comitê foi o do Rio de Janeiro, criado durante o Fórum Social Urbano, entre 22 e 26 de março de 2010. É possível conhecer as reivindicações das campanhas a partir de documentos como o dossiê *Megaeventos e violações de direitos humanos no Brasil*, produzido pela Ancop. No documento, originalmente redigido em 2011, há uma explicação sobre as demandas da população, as polêmicas envolvendo o torneio e os descontentamentos em relação às autoridades responsáveis pela organização do campeonato e à manutenção dos espaços a serem utilizados.

A página da Ancop no Facebook foi criada em agosto de 2012, dois anos após a formação dos primeiros comitês. As publicações começam com um foco maior no Rio de Janeiro, local de maior concentração de manifestações naquele ano, mas logo se expandiu para outras sedes.

Figura 1: Perfil e capa da Ancop



Fonte: Facebook

A página *Não Vai Ter Copa*¹ foi criada em 30 de setembro de 2013, três meses depois da Copa das Confederações e das manifestações subsequentes. Ela traz um perfil diferente de manifestação no Facebook em relação ao evento, com críticas a outros temas e tom agressivo nas postagens.

Figura 2: Perfil e capa de *Não Vai Ter Copa*



Fonte: Facebook

A página *Contra Copa 2014* foi criada em 9 de novembro de 2013, um período já posterior aos protestos de junho daquele ano. Além de ser o endereço com mais “curtidas” e não contar com “Não Vai Ter Copa” na composição do nome, ela é também a principal responsável pela organização dos eventos no Facebook que convidavam todos para algumas das principais passeatas do Não Vai Ter Copa.

Figura 3: Perfil e capa de **Contra Copa 2014**



Fonte: Facebook

O coletivo *Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa*² (ou SNTDNTVC) é um dos grupos organizados mais presentes na militância on-line contra a Copa do Mundo. Ela é formada por um coletivo que nasceu em 2014 e focou especialmente as manifestações presenciais.

Figura 4: Perfil e capa de *Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa*

Fonte: Facebook

O ENQUADRAMENTO COMO ESTRATÉGIA DE MOBILIZAÇÃO

Segundo Calvert e Warren (2015), o processo de enquadramento interpretativo é parte inevitável da política em geral. Ele possibilita a compreensão de assuntos pela sociedade, garantindo que eles sejam pensados e discutidos fora dos movimentos sociais. O enquadramento, portanto, afeta como argumentos são dosados, no sentido de importância, visibilidade e alcance. Dessa forma,

atores políticos usam os quadros de ação coletiva para se certificar de que um tema seja interpretado de forma favorável a seus interesses. O tempo e os recursos empregados para determinar o tipo de linguagem e os quadros que vão ressoar com as audiências são evidência de algo que os estrategistas políticos conhecem bem: quadros são uma forma poderosa de influência (Ibid., p. 4, tradução nossa³).

Benford e Snow (2000, p. 616) sugeriam operações que acontecem no núcleo dos enquadramentos, elaborando classificações para as estratégias que são detectadas dentro de um discurso. A classificação do emprego dessas ações é feita em: diagnóstico, prognóstico e motivacional, categorias que podem ser os objetivos dos quadros de ação coletiva quando empregados por movimentos sociais e mobilizações em geral.

Os autores também definem um importante processo estratégico: o alinhamento de quadros, ligações ou conjunções de indivíduos e trabalhos de enquadramento interpretativos de um movimento. Trata-se de um dos processos estratégicos possíveis para o uso do enquadramento, um trabalho interpretativo que influencia a ação, os esforços de aquisição de recursos e a viabilidade temporal de uma mobilização.

Os autores catalogam quatro classificações possíveis de alinhamento de quadros. O *frame bridging* é uma ponte ou ligação entre dois enquadramentos ideologicamente convergentes, porém desconectados. Isso pode ocorrer entre um movimento social com outros indivíduos ou entre organizações diferentes. O *frame amplification* refere-se à idealização ou fortalecimento de um quadro, com modelos de conduta sendo identificados, idealizados e elevados. Já o *frame extension* indica um quadro interpretativo que se prolonga além do interesse inicial para incluir problemas e temas importantes para recrutas ou simpatizantes. Ele acontece normalmente quando há alguma dificuldade na busca de potenciais adeptos ou na contextualização do problema da mobilização com a situação da sociedade. Por fim, o *frame transformation* envolve a troca de significados e/ou a geração de novos quadros. Nele, novos argumentos são agregados, e quadros de ação coletiva são ressignificados.

FACEBOOK COMO FERRAMENTA POLÍTICA

O Facebook é atualmente⁴ a rede social mais utilizada do mundo, contando com mais de 2,01 bilhões de usuários mensais ativos, sendo que mais de 1 bilhão de pessoas acessam o site ao menos uma vez por dia. De forma bastante otimista, Westling (2007) diz que o site, antes utilizado unicamente para manutenção de contatos na internet, combina quadro de recados, jornais e prefeituras em um só lugar, disponível a todo o momento e em praticamente qualquer espaço. Assim, o Facebook opera em conjunto com outras plataformas digitais e com os repertórios de ação coletiva on-line e presenciais.

A plataforma selecionada na pesquisa é a das “páginas” (*fanpages*, no termo original em inglês), seções que podem ser criadas por qualquer usuário para representar marcas, pessoas, serviços ou a si mesmo. O administrador pode compartilhar qualquer conteúdo, inclusive de outras páginas, para surgir no *feed* de notícias de todos que a “curtiram”.

Além do conteúdo divulgado e do número de curtidas ou visualizações de uma página, há outro aspecto importante na fórmula que resulta na visibilidade que uma publicação terá no Facebook. Trata-se do algoritmo de classificação e exibição de postagens, uma variável técnica que é pouco levada em consideração em análises. O Facebook organiza a ordem com que postagens são apresentadas, além de constantemente modificá-lo e aprimorá-lo. Segundo Constine (2014), são 100 mil indicadores diferentes – com pesos diferentes – que determinam que postagem será mostrada e em qual ordem. Entre eles, popularidade em curtidas, compartilhamentos e comentários da publicação em

questão e das anteriores daquela página ou perfil, se o tipo de publicação é bem aceita pelo usuário e até a data em que o conteúdo saiu.

Backstrom (2013) admite que o sistema de ranqueamento não é perfeito, ou seja, é possível que não se veja histórias interessantes de pessoas próximas. O autor ainda afirma que testes internos mostram que o número de postagens lidas quando elas são dispostas em ordem cronológica é menor do que nos momentos em que elas estão na ordem determinada do algoritmo.

De acordo com um estudo do Edge Rank Checker de 2014⁵, o alcance orgânico de uma postagem no Facebook caiu de 16% em fevereiro de 2012 para 6,15% em março de 2014 – ou seja, a chance de uma publicação se destacar sem ser um anúncio caiu consideravelmente. Além disso, em abril de 2014, o Facebook anunciou medidas que teriam como objetivo limpar o *feed* de notícias de mensagens consideradas *spam*, conteúdos repetidos e postagens “caça-curtidas”, sem conteúdo relevante (OWENS; TURITZIN, 2014).

Para Loomer (2015), uma possibilidade de maior alcance de uma página é postar com frequência, todos os dias ou até mesmo em diferentes períodos de um único dia. Isso pode aumentar a quantidade de pessoas atingidas por uma publicação, mas o algoritmo também filtra o ruído, ou seja, descarta conteúdos redundantes. Já um estudo da Social Bakers feito em 2011⁶ comprovou que duas postagens por dia é uma frequência considerada ideal para uma pessoa ou página no Facebook que procura alto engajamento. Enviar menos que isso restringe a conexão (o público-alvo não interage com as publicações ou nem as visualiza), enquanto o exagero no número de publicações acarreta a perda de engajamento.

Desse modo, páginas de movimentos sociais e mobilizações podem sair perdendo na briga por visibilidade, por não terem a otimização de publicações que outras páginas de marcas mantêm, já que, por exemplo, estas são gerenciadas por agências que conhecem as funcionalidades e os números envolvidos. Pelo desconhecimento do algoritmo, ativistas podem fazer atualizações sem o conhecimento técnico – algo que não explica sozinho o porquê de algumas postagens receberem baixos números de compartilhamentos, comentários e curtidas, mas é uma explicação a ser considerada.

ANÁLISE DAS PÁGINAS DO NÃO VAI TER COPA

Como descrito anteriormente, todas as páginas foram selecionadas por apresentarem relevância no processo de estratégia de comunicação da campanha Não Vai Ter Copa, cada uma com um destaque e método de postagem para enquadrar os assuntos. Elas foram selecionadas após uma pesquisa pelo sistema de busca do próprio Facebook utilizando os termos “não vai ter copa” ou somente “copa”. Somente páginas de atividade nacional com um número de curtidas maior que mil foram escolhidas. Compreendemos que o número de seguidores não é determinante único da popularidade ou visibilidade de uma página, mas foi necessário realizar o filtro para ater-se somente às principais *fanpages* da mobilização. O limite temporal também garante a cobertura dos principais momentos da mobilização: em 2012, cria-se a Ancop; em 2013 há as manifestações de junho e a Copa das Confederações; e 2014 é o ano da realização do evento.

As publicações das páginas no Facebook foram coletadas e organizadas em uma planilha de dados em formato XLSX, editada pelo software Microsoft Excel. É possível consultar a tabela a partir de um endereço eletrônico⁷. Para a coleta, cada página foi aberta no navegador, com as publicações relativas ao ano da coleta organizadas em ordem cronológica. Uma a uma, as postagens foram lidas e cadastradas. Após a catalogação, foi possível produzir gráficos e tabelas para simplificar a visualização dos dados mais relevantes.

Para melhor organização do conteúdo das *fanpages* mencionadas, os achados a respeito da mobilização na rede social foram divididos em duas etapas: análise descritiva, que resume a forma de atuação e atividade das páginas estudadas, e análise interpretativa, do enquadramento e alinhamento de quadros. Os temas estão todos dispostos na Tabela 1.

Tabela 1: Temas nas páginas do *Não Vai Ter Copa*

TEMA	ANCOP	SNTDNVTC	NÃO VAI TER COPA	CONTRA COPA 2014
Educação	2	8	57	14
Economia/desigualdade social	2	-	59	6
Fifa/patrocinadores	76	7	30	36
Futebol	-	8	43	25
Greves	3	16	5	37
Institucional	111	26	8	13
LGBT/Racismo/feminismo	-	-	1	2
Manifestação	77	332	250	339
Mídia	1	2	56	20
Moradia	95	13	8	30
Obras e gastos da Copa	54	5	43	50
Política/corrupção	1	6	309	15

Repressão policial/vigilância	51	105	90	151
Saúde	2	13	31	22
Segurança	-	-	1	2
Trabalho	10	-	-	-
Transporte	8	5	30	9
Turismo sexual	8	-	-	1

Fonte: dados dos autores

ANCOP (2012, 2013, 2014) – A DEFESA DAS POPULAÇÕES

A página acumulou um total de 89 postagens de 4 de agosto a 19 de dezembro de 2012. Observa-se que o engajamento em comentários, curtidas e compartilhamentos cresce com o tempo, ainda que de forma bastante reduzida – especialmente em comentários, algo repetido nos anos seguintes.

Os números não são muito altos até de dezembro de 2012, embora haja crescimento no número de interações. Ao todo, nove postagens não receberam interação, enquanto sete delas só possuíam um comentário, compartilhamento ou curtida. Os números são bastante baixos, exceto por um *outlier* (ou seja, publicação com números que se diferencia para mais ou para menos da frequência média das demais), que ultrapassou 150 compartilhamentos.

Com relação ao conteúdo (Tabela 1), nota-se que as postagens são feitas em “blocos” temáticos, com várias publicações seguidas a respeito de um mesmo tema ou pauta do Não Vai Ter Copa. A ênfase é para postagens sobre ações da própria Ancop ou das organizações que a compõem. O tema “moradia” aparece em 6 publicações seguidas (6 de agosto e 13 de agosto de 2012) e em 8 postagens das 11 realizadas entre 14 de agosto e 22 de agosto. Já o tema “manifestação” aparece em 7 de 10 postagens feitas entre 28 de novembro de 2012 e 4 de dezembro de 2012, sendo 5 delas em sequência. O tema “obras” em geral é identificado e aparece neste ano com maior frequência do que nos demais.

Em 2013, a página publicou 105 postagens de 11 de janeiro de 2013 a 23 de dezembro de 2013. A frequência de publicações é baixa se comparada ao ano anterior, já que o número de atualizações é somente um pouco maior para um período sete meses mais longo.

Entre as pautas que envolvem demandas e polêmicas da Copa do Mundo, “moradia” permanece como principal tema, com 33 publicações. Como a época coincide com as manifestações do Movimento Passe Livre (MPL) de junho e julho de 2013, além da Copa

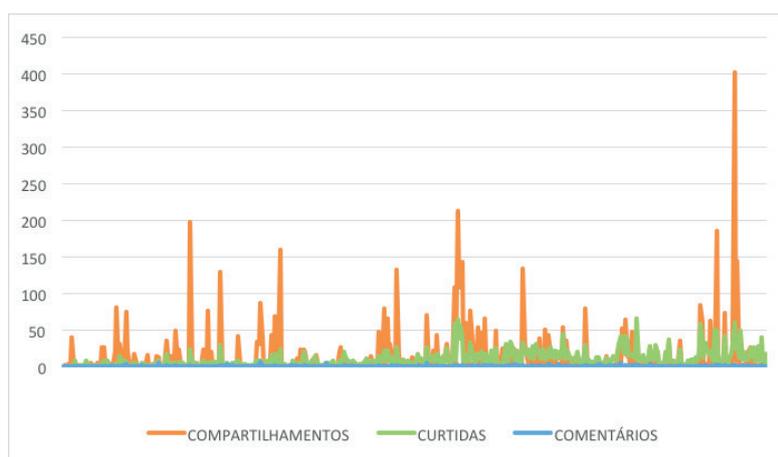
das Confederações em algumas das cidades-sede da Copa do Mundo, a cobertura de passeatas presenciais aumenta. Nota-se um aumento em compartilhamentos e comentários em relação a 2012.

Em 2014, foram realizadas 246 postagens entre 7 de janeiro e 30 de julho. O número é mais que o dobro das publicações da página em 2013, sendo que o período estudado em 2014 corresponde a apenas metade de um ano. O mês de maior atividade é maio, poucas semanas antes do início da Copa do Mundo. São realizadas 80 atualizações. Foram verificadas ações recorrentes em outras páginas: a postagem em massa em um único dia. Só em 2 de maio, por exemplo, são 13 novidades na página.

Um número maior de publicações ultrapassa 50 compartilhamentos e curtidas, sendo que ambas as métricas apresentam um desempenho semelhante. O número de comentários continua bastante baixo, inclusive quando comparado com as curtidas e os compartilhamentos (estes novamente são o indicativo de melhor desempenho).

Naquele ano, há o maior *outlier* da página em número de interações: uma postagem que pede um minuto de silêncio antes da final da Copa do Mundo entre Argentina e Alemanha, algo que não aconteceu. Ao todo, foram 402 compartilhamentos na publicação em português (o cartaz foi postado mais vezes no mesmo dia, em outros idiomas, mas nenhuma das imagens obteve desempenho similar).

Gráfico 1: Interações na página da Ancop de agosto de 2012 a julho de 2014

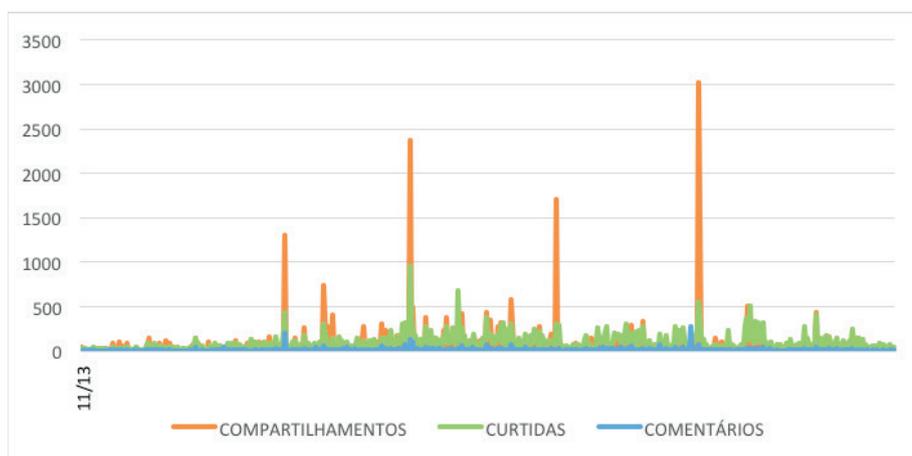


Fonte: dados dos autores

CONTRA COPA (2013 – 2014) – A REPRESSÃO POLICIAL

A página apresenta 108 postagens de 9 de novembro a 31 de dezembro de 2013. Nota-se um número baixo de comentários até o final do ano, quando duas publicações geraram interação mais significativa. Realiza uma alta quantidade de postagens relacionadas com as manifestações presenciais contra a Copa do Mundo. Em 2014, foram 500 postagens entre 1º de janeiro e 28 de julho de 2014. A quantidade e a frequência aumentam significativamente em relação ao ano anterior. Foram identificados quatro *outliers*, com uma publicação ultrapassando 3 mil compartilhamentos. O número de curtidas não apresenta diferenciais, mas é maior que em outras páginas. Comentários permanecem em número expressivo, mas não tão alto quanto os outros dois indicadores.

Gráfico 2: Interações na página *Contra Copa 2014* de novembro de 2013 a julho de 2014



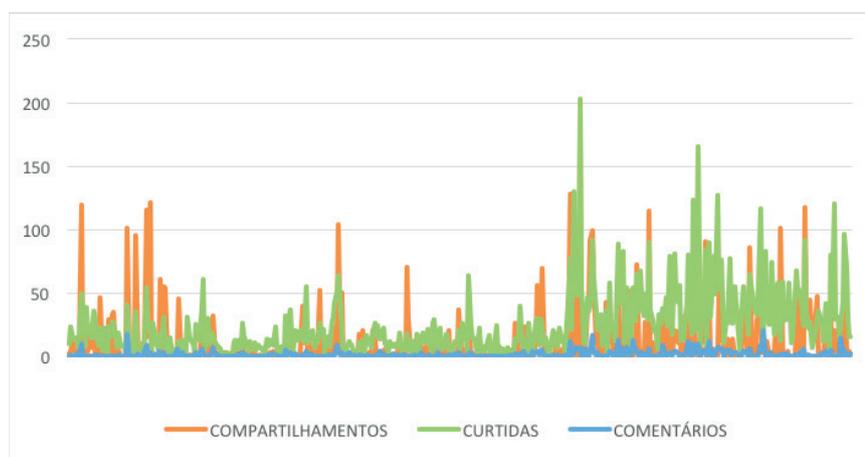
Fonte: dados dos autores

SE NÃO TIVER DIREITOS NÃO VAI TER COPA (2014) – AS MANIFESTAÇÕES

Ao todo, no período pesquisado, foram 457 postagens entre 24 de janeiro e 28 de julho. Vale ressaltar que o curto espaço de tempo é justificado pelo fato de a página ter sido criada somente em 2014 e o período da pesquisa se encerrar em julho do mesmo ano. Ainda assim, a frequência de publicações na página é bastante alta para apenas sete meses. É curioso notar que a regularidade de atualizações cai bastante com a chegada da Copa do Mundo, inclusive com vários dias dos meses de junho e julho sem qualquer publicação.

Em comparação com o *Contra Copa 2014* e a *Ancop*, a página menciona menos as pautas de demandas sociais. Os temas mais comuns encontrados são manifestações e repressão policial/vigilância. A prisão de ativistas durante manifestações é uma pauta compartilhada com outras *fanpages* e, nesse caso, tratada com bastante frequência. Entre as publicações em futebol, há uma menção à derrota da seleção brasileira contra a Alemanha por 7 a 1 na semifinal em um tom de humor.

Gráfico 3: Interações na página *Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa* de janeiro a julho de 2014



Fonte: dados dos autores

NÃO VAI TER COPA (2013 – 2014) – A CORRUPÇÃO

A página apresentou 399 postagens de 30 de setembro a 31 de dezembro de 2013, uma frequência alta para um período curto (cerca de quatro meses de atividade). O número é explicado pela atividade diária da página: em dias de postagem, dificilmente menos de cinco publicações são realizadas em 24 horas. Em 1 e 2 de outubro, foram 18 por dia. Um exemplo da alta repetição de conteúdo é a montagem que acusa futebol, mídia, educação, repressão policial e polarização política de “controlar” o Brasil. Só em 2013, ela foi publicada em 13 de outubro (sem interações), 29 de outubro (2 curtidas e 12 compartilhamentos), 13 de novembro (2 curtidas) e 22 de dezembro (3 curtidas e 1 comentário) (COMO..., 2013).

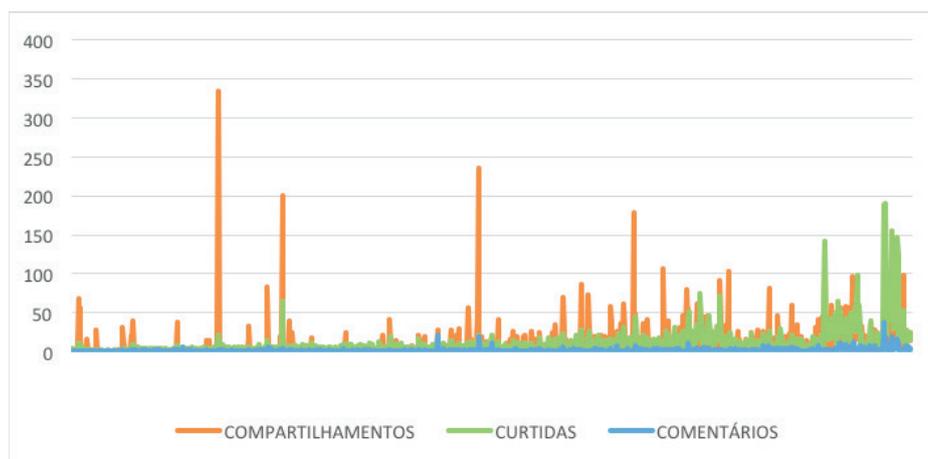
Como é possível acompanhar pelo gráfico, a página se destaca somente em compartilhamentos. Os comentários são bastante escassos e a quantidade de curtidas acompanha as postagens com alto número de compartilhamentos, porém em uma escala bem mais reduzida.

Entre as temáticas mais frequentes, política/corrupção aparece em primeiro (sendo que aparece pouco ou sequer é citada nas demais páginas estudadas). Quando o político não é retratado com um desenho genérico de um homem de ar vilanesco, há críticas às figuras do Partido dos Trabalhadores (PT), como Dilma Rousseff e Luiz Inácio Lula da Silva, além de Geraldo Alckmin, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). As eleições que aconteceriam três meses após a Copa são mencionadas com sugestões à população: que não haja reeleições. Já os temas mídia e futebol têm crítica à imprensa e ao esporte. Muitas postagens não acompanham texto, só imagem, vídeo ou postagem de outra página. Apesar de muitas publicações do tema manifestação, os conteúdos não são convocações ou coberturas, e sim cartazes, montagens com frases de efeito e chamados genéricos.

Em 2014, foram realizadas 585 postagens entre 2 de janeiro e 14 de julho. Trata-se do período com maior quantidade de publicações entre todas as páginas pesquisadas. Comentários, curtidas e compartilhamentos foram superiores em quantidade ao ano anterior. O *outlier* não chega a um número tão grande quanto o de 2013, mas há mais publicações que ultrapassam 50 compartilhamentos ou curtidas.

Como é possível perceber a partir do Gráfico 4, o número de compartilhamentos cai aos poucos, embora seja a variável que mais apresenta números altos ao longo do estudo nesta página. Entretanto, a quantidade de curtidas aumenta e, no final do período estudado, chega a ultrapassar os compartilhamentos. Ao mesmo tempo, o número de comentários cresce no final do período estudado, mais precisamente no período de realização da Copa do Mundo.

Assim como foi observado em outras páginas, o número de publicações cai bastante durante a realização da Copa: entre 12 de junho e 14 de julho, são somente 23 postagens. Nenhuma delas diz respeito às partidas de futebol. Ao contrário das outras *fanpages* pesquisadas, ela faz poucas chamadas para protestos.

Gráfico 4: Interações na página *Não Vai Ter Copa* de setembro de 2013 a julho de 2014

Fonte: dados dos autores

OS ALINHAMENTOS DE QUADROS

Os alinhamentos de quadros serão identificados a partir das postagens das quatro páginas no Facebook. O processo envolve a classificação de temas na identificação das fases da mobilização e no relato de formação de dois processos: a formação de quadros a partir de um conjunto de recursos e o alinhamento como estratégia de comunicação.

FRAME AMPLIFICATION PARA PROPAGAR A PRÓPRIA MOBILIZAÇÃO

Em termos de alinhamento, a página da Ancop realiza o *frame amplification* em larga escala durante os anos pesquisados, com as pautas da Copa altamente difundidas e discutidas ao longo de sua atuação no Facebook. Dessa forma, tópicos como gastos da Copa, obras em geral e moradia são privilegiados entre os outros.

As postagens indicam que as obras da Copa do Mundo são prejudiciais à população e que o gasto é excessivo, especialmente com os estádios construídos ou reformados. Esse é o recurso de questionamento, que também aparece na figura da *hashtag* “#copapraquem?” (Figura 5). Além disso, há o reforço do quadro de **violação de direitos/ injustiça**, quando a página cita que as remoções são forçadas por autoridades policiais e a partir das críticas acerca da Lei Geral da Copa, indicando o desrespeito à população em termos de moradia, trabalho, transporte e demais pautas.

Figura 5: #copapraquem na Ancop em 2014



Fonte: (COPA..., 2014)

É possível identificar ainda o recurso de solicitação, em que são pedidos aos governos responsáveis melhores condições em saúde, educação, segurança, economia, transporte e trabalho – sendo que o contexto pode ou não estar diretamente relacionado com a Copa do Mundo no Brasil. Em determinados casos, o que aparece na formação do quadro é a questão trabalhista, como no *bridging* com greves, e de transporte, com pedidos de passe livre ou veículos modernos.

Já o *frame bridging* está presente ao longo dos anos analisados, mas não com a mesma intensidade desde o início. Em 2012, há uma única ligação entre os chamados quadros ideologicamente desconectados (PRUDENCIO; SILVA JUNIOR, 2014): uma postagem sobre incêndios supostamente criminosos em favelas. Esse processo é identificado – ainda com baixa frequência nas atualizações – em 2013. No ano, há a conexão com uma remoção de uma ocupação batizada de Pinheirinho II, em São Paulo, e com as passeatas do MPL em junho. Mesmo assim, apenas uma postagem foi dedicada à remoção e duas aos protestos relacionados com transporte público. Somente em 2014 essas ligações são mais presentes.

Figura 6: *Bridging* da Ancop em 2014

Fonte: (QUANDO..., 2014)

Há ligações com Bom Senso F.C.⁸ (em forma de apoio e demonstrando suporte ao futebol, já que são críticas à CBF e Fifa); contra a remoção forçada de quilombolas e o movimento #OcupeEstelita⁹ (denúncia de truculência e remoção forçada); expondo a questão do racismo no futebol (e acusando a Fifa de negligência); a repressão LGBT na Rússia (em forma de nota de repúdio); sobre a prisão de indígenas no Rio Grande do Sul após uma passeata e até sobre a questão palestina, apoiando a criação do país em território atualmente pertencente a Israel. As greves dos garis, no Rio de Janeiro, e dos municipais, em Porto Alegre, também são citadas.

A Ancop faz então mais *amplification* para propagar a si como organização que denuncia a Copa como um caso de violação de direitos/injustiça social.

FRAME BRIDGING E FRAME EXTENSION: DA INJUSTIÇA PARA A DESMILITARIZAÇÃO DA POLÍCIA

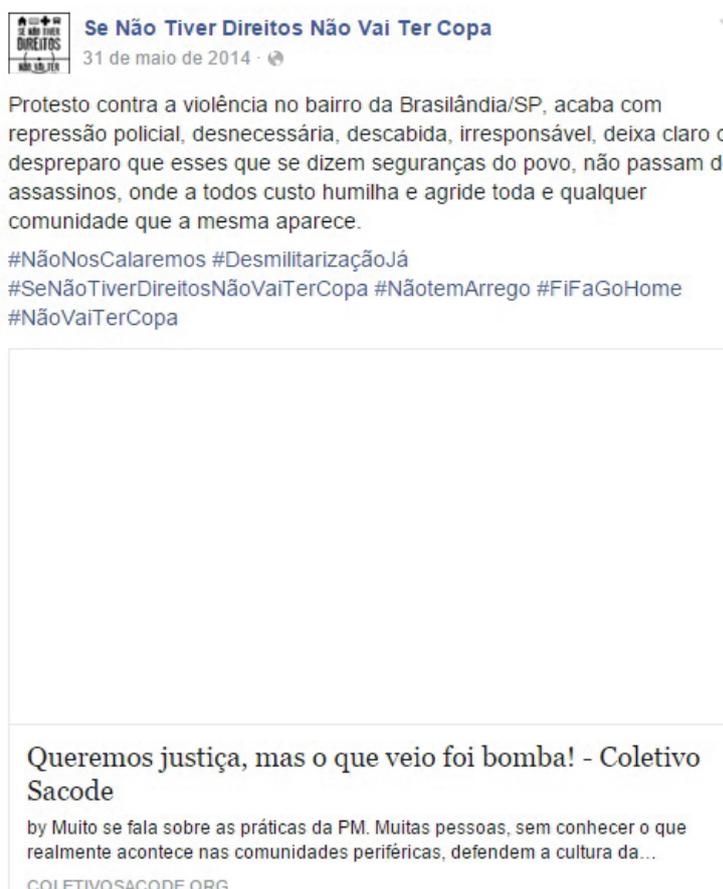
A página *Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa* prioriza temas como manifestação e repressão policial. As pautas estão presentes nas convocações para protestos presenciais, mas não há o desenvolvimento pleno das temáticas.

Nas postagens sobre as manifestações, foram identificadas ligações com a greve dos professores, dos rodoviários e com a greve dos cobradores e motoristas de ônibus, indicando a presença de *frame bridging*. Além disso, o MPL é citado por conta da participação em um protesto e em algumas das *hashtags* utilizadas. Em uma postagem, fica

clara a deferência ao movimento: uma nota institucional esclarece que determinada convocação serve tanto para um evento do Não Vai Ter Copa quanto para uma palestra organizada pelo MPL.

A página apresenta ainda um esboço de *frame extension* ao citar o apoio e discutir o tema da desmilitarização da polícia. Ela não é a única a fazer isso, mas nem todas as *fanpages* esboçam o argumento como demanda durante os protestos (Figura 7). O alinhamento dá indícios de desenvolvimento ao surgir em consequência das denúncias de truculência, incorporadas às pautas da Copa. Porém, o processo não acontece em totalidade, já que o assunto é pouco abordado ou citado somente nos momentos após repressão em uma manifestação.

Figura 7: Protoextension na página *Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa* em 2014



Fonte: (QUEREMOS..., 2014)

O recurso de solicitação também é observado nas convocações. O uso de *hashtags* e a divisão por temas (as solicitações e as manifestações são abordadas em um tema por vez) indicam a ideia de que a sociedade demanda mais saúde, educação, transporte e moradia (Figura 8).

Figura 8: Cobertura na página *Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa em 2014*



Fonte: (1, 2..., 2014)

Por consequência da alta quantidade de postagens a respeito de manifestações, há ainda o quadro de **violência**. A ação da Polícia Militar é criticada, e termos como “desnecessária”, “descabida” e “irresponsável” descrevem a atitude das tropas de choque. Ao final do período estudado, o quadro é utilizado para denunciar a prisão (e, ao mesmo tempo, pedir a libertação) dos ativistas Fábio Hideki e Rafael Marques, presos durante uma passeata.

O recurso anticorporação é desenvolvido em baixa intensidade, mas aparece na *hashtag* #FifaGoHome e em #SaúdePadrãoFifa ou derivados – trocando “Saúde” por outro tema solicitado. Enquanto a primeira mostra o descontentamento da mobilização com a presença da entidade no país, as demais indicam as demandas da mobilização. Por fim, o quadro de **violação de direitos/injustiça** aparece no próprio nome da página: os direitos humanos e básicos estariam não só sendo violados, mas também ignorados. Somente com esse recurso o quadro por *frame amplification* é mobilizado.

FRAME BRIDGING COMO SUPORTE PARA FRAME AMPLIFICATION DA COPA COMO PROBLEMA POLÍTICO

A página *Não Vai Ter Copa* realiza *frame bridging* com diversas campanhas. Em 2013, há apoio e divulgação de atos pela educação no Rio, greve dos funcionários do metrô em São Paulo e uma paralisação de estudantes, além de indignação com o caso Amarildo¹⁰ e o aumento das passagens de ônibus no Rio de Janeiro. Em 2014, o *frame bridging* é ainda mais diversificado: são apoiadas greves como a dos garis no Rio de Janeiro, de rodoviários e metroviários, da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), de professores e policiais em Pernambuco, além de um ato contra um projeto para implementar o chamado “vagão rosa”, exclusivo para mulheres no transporte coletivo. A greve da CET recebe mais atenção que os demais casos, vários citados em uma única publicação.

O *frame amplification* se manifesta especialmente a partir do quadro **violação de direitos/injustiça**. As postagens indicam que a Copa do Mundo recebe mais atenção do governo que o país, deixando de lado educação, transporte e economia, reforçando (ou ignorando) a desigualdade social.

A página apresenta um comportamento similar nos dois anos na formação de quadros. O recurso descaso na política envolve críticas ao Executivo e Legislativo brasileiro e descarta a possibilidade de que é possível a realização de um bom trabalho em um cargo político no Brasil. A figura do político é estereotipada, como citado na análise descritiva (FIGURA 9).

Figura 9 – Política na página *Não Vai Ter Copa* em 2013



Fonte: (TIMELINE..., 2013)

O antipetismo e as críticas ao PSDB são maioria, mas o sentimento apartidário é bastante presente. Dentro do quadro, há ainda uma solução: não reeleger quem já estava em algum cargo na época e efetuar a prisão dos comprovadamente corruptos. Esse é um exemplo de quadro de prognóstico.

Outro comportamento diferenciado aparece na *fanpage* em forma de recurso. Trata-se de manipulação, que envolve críticas aos meios de comunicação e à imprensa brasileira. A manipulação aparece de duas formas: distorção de fatos e notícias, como na cobertura de protestos e na omissão de denúncias às agressões da polícia a manifestantes; e alienação, algo que não se limita ao jornalismo. A segunda tem como principais exemplos as charges e montagens da programação da televisão, juntas à figura da Rede Globo, responsáveis por “entorpecer” a sociedade (Figura 10). O futebol e a atenção recebida pelo esporte também são retratados a partir do quadro.

Figura 10 – Charge na página *Não Vai Ter Copa* em 2014



Fonte: (CHARGE, 2014)

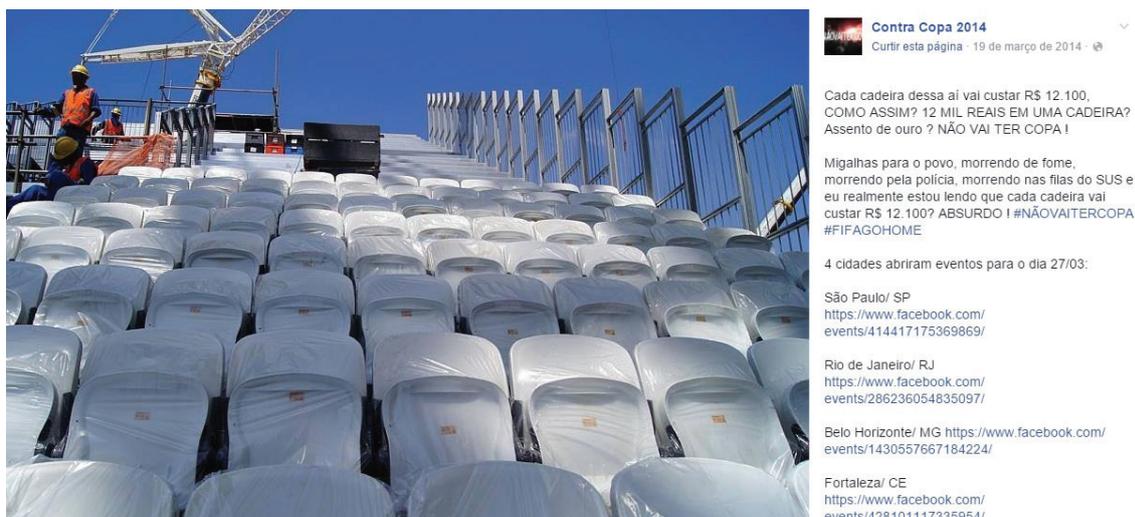
Por fim, há ainda a repressão policial a partir do quadro **violência**, retratando a resposta truculenta da polícia aos protestos presenciais. Charges e montagens indicam que o comportamento violento está naturalizado na PM, retratada como uma instituição que repele de forma quase automática qualquer sinal de mobilização nas ruas.

O *frame bridging* na página sustenta o quadro da Copa como violação/injustiça ao associá-lo a diferentes lutas, que também sofrem com a violência.

FRAME BRIDGING E AMPLIFICATION PARA CANCELAR A COPA

Basicamente, o comportamento da página *Contra Copa* é uma mescla do foco em questionamentos e denúncias da Ancop com a agressividade crítica do Não Vai Ter Copa. Nos meses de atuação em 2013, é possível detectar o *frame bridging* em apenas duas publicações. Uma lamenta a morte de um ativista durante uma operação de arrecadação de alimentos. Outra demonstra apoio ao movimento contra o despejo de moradores da Vila Andrade, em São Paulo. No ano seguinte, essas associações aumentam. Elas incluem os encontros de jovens da periferia que foram batizados de “rolezinhos” (em forma de apoio); a morte de um cinegrafista da Rede Bandeirantes durante uma passeata (solidariedade em relação ao ocorrido) e ao caso Amarildo (crítica à polícia e apoio). O alinhamento também é detectado nas greves dos garis, da CET, dos rodoviários, dos professores e dos policiais no Recife. O apoio ao MPL e as críticas à falta de água em São Paulo, que começava a ser agendada na mídia. Temas que também aparecem em outras páginas e passam pelo *frame bridging* incluem o povo palestino (apoio à formação de um país); a questão da mulher (criticando o projeto do “vagão rosa”) e a repressão LGBT na Rússia (em forma de repúdio).

Assim como nas *fanpages* anteriores, é possível identificar o *frame amplification* das pautas, especialmente em gastos da Copa, desigualdade social, obras em geral e moradia. Em 2014, o reforço das discussões acerca da agenda de problemas causados pela Copa do Mundo ocorre em menor proporção devido ao foco em protestos. Isso é sustentado pelos recursos de questionamento e descaso na política. Postagens sobre essas pautas tratam da verba empregada nas arenas e nas obras no entorno dos estádios, citando que outros setores do país estariam carentes de orçamento enquanto muito dinheiro é empregado no evento.

Figura 11: Questionamento na página *Contra Copa 2014*

Fonte: (CADA..., 2014)

O quadro motivacional de convocação aposta nas chamadas em massa para passeatas. Elas variam entre a publicação de cartazes e termos imperativos, como “participe” e “compartilhe”. Aqui, entretanto, há um quadro inédito e exclusivo: **impedimento**. Em uma postagem, a página deixa claro que é vontade do movimento realmente impedir a realização da Copa, mesmo que essa seja uma tarefa difícil (Figura 12). Ela explica os processos necessários e procura alimentar as esperanças dos demais ativistas e simpatizantes.

Figura 12: Impedimento na página *Contra Copa 2014*

Fonte: (SE NÃO..., 2014)

O quadro **violência** aparece em ambos os anos. Em 2013, nota-se uma tendência em denunciar a truculência da polícia, avisar sobre ações de tropas de choque e lamentar os confrontos entre ativistas e autoridades. No ano seguinte, a quantidade de postagens que reforça esse comportamento aumenta consideravelmente, mantendo o foco de denúncia e divulgação de abuso de poder. Nessas postagens, o quadro é reforçado pelo recurso de manipulação da informação pela mídia, acusada de desviar a atenção dos problemas.

Por fim, o quadro de **violação de direitos/injustiça** surge de duas maneiras. A primeira é a mesma da Ancop, como forma de denúncia a respeito de remoções ou a aplicação da Lei Geral da Copa. A segunda é a privação do direito de protesto e manifestação e está relacionada com os quadros de repressão.

Utilizando as análises anteriores, é possível resumir em formato de tabela os quadros encontrados, assim como os diferentes alinhamentos identificados e produzidos na campanha Não Vai Ter Copa no Facebook.

Tabela 2: Quadros e alinhamentos

PÁGINA	ALINHAMENTOS	QUADROS PRODUZIDOS
Ancop	<i>Frame amplification e frame bridging</i>	Violação de direitos/injustiça (diagnóstico/motivacional), violência (motivacional)
Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa	<i>Frame bridging e esboço de frame extension</i>	Violação de direitos/injustiça (diagnóstico/motivacional), violência (motivacional)
Não Vai Ter Copa	<i>Frame bridging e frame amplification</i>	Violação de direitos/injustiça (diagnóstico/motivacional), violência (motivacional) e descaso político (prognóstico)
Contra Copa 2014	<i>Frame amplification e frame bridging</i>	Violação de direitos/injustiça (diagnóstico/motivacional), violência (motivacional), descaso político (prognóstico) e impedimento (prognóstico)

Fonte: dados dos autores

O quadro principal desenvolvido na mobilização foi, portanto, o de que a Copa representava uma violação de direitos e uma injustiça. Os recursos para delimitar esse quadro variou entre as páginas. Na página da Ancop, cujo alinhamento foi predominantemente *amplification*, esse quadro foi construído a partir dos recursos de questionamento (denúncia de problemas) e solicitação (cobrança de ação dos responsáveis).

Na página *Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa*, com alinhamento principal por *bridging*, o quadro de injustiça se apoia nos recursos de questionamento e anticorporação (principalmente contra a repressão da polícia aos protestos), o que produz um segundo

quadro, de que a Copa, além de violar direitos, implica numa violência (simbólica e física) contra a população. Essa página esboçou também um alinhamento por *extension* ao enquadrar a desmilitarização como demanda.

As postagens de *Não Vai Ter Copa* amplificam o quadro de violação de direitos/injustiça pelo recurso de descaso na política. E alinham por *bridging* com as greves ocorridas no período o quadro de violência, principalmente através do recurso de manipulação da mídia, que omite informações sobre a repressão policial nos protestos.

Por fim, a página *Contra Copa* aciona os recursos de questionamento e descaso político para reforçar o quadro (*amplification*) - exclusivo a essa página - de impedimento do evento, além do quadro compartilhado com as outras páginas de violação/injustiça também pelo recurso de questionamento.

CONCLUSÕES

O quadro inicial é de que a Copa não é benéfica e que o país tem problemas demais para gastar atenção e verba com o evento. Como a campanha se baseia apenas no grito “não vai ter copa”, a mobilização aproveita uma série de pautas adicionais (relacionadas, porém extras) que “orbitam” o tema majoritário.

Em termos de alinhamento de quadros, confirma-se a ausência do *frame transformation* na campanha Não Vai Ter Copa. Esse processo exige uma alta quantidade e qualidade de debate e troca de argumentos, algo que não acontece no período pesquisado, ou seja, uma mobilização de curta duração com observação restrita à internet. O que se percebe é que não há discussão sobre os temas, não só pela quantidade reduzida de comentários, mas também por causa da inexistência de mediação nas publicações – os próprios responsáveis pelas páginas raramente publicam respostas às postagens de usuários. Esse é um dos fatores que dificultam o *frame extension*. Além disso, não há qualquer tipo de negociação evidente ou debate direto com o opositor, ao menos no Facebook. Trata-se de algo esperado, já que as redes sociais das entidades envolvidas, como a Fifa e o Governo Federal, não realizariam debates nesse ambiente.

O *frame amplification* das pautas da agenda contrárias à Copa do Mundo (como gastos, moradia, Fifa, saúde, transporte e obras) tem na página da Ancop seu mais fiel representante, mas o processo perde intensidade em algumas das *fanpages* por conta da presença dos temas corrupção, manifestação e repressão policial/vigilância. Eles não

dizem respeito diretamente às demandas e ao cenário de protestos contra a Copa do Mundo e, por consequência, não consistem em uma forma de alinhamento de quadros.

Algo que se observa é que a quantidade de postagens é tanta que quase todos os temas acabam cobertos pelas páginas estudadas, em ao menos uma publicação. Uma consequência é que poucos são os exemplos de *frame bridging* realmente consistentes, que ultrapassam uma postagem ou citam as páginas de outras pautas no Facebook. A cobertura das greves é a que mais recebe importância.

A campanha enquadra-se em uma definição que explica o comportamento de mobilizações recentes:

Protestos contemporâneos ilustram como a ação coletiva é frequentemente executada por indivíduos com diferentes lógicas, valores, interesses e propósitos, sem que precisem reconciliar suas diferenças. Em outras palavras, o que observamos é que indivíduos se engajam em protestos não necessariamente para adquirir algum tipo de consenso com outros manifestantes, mas para expressar suas visões e demandas pessoais (MENDONÇA; ERCAN, 2015, p. 273, tradução nossa¹¹²⁴).

O alinhamento de quadros ajuda a compreender como o Facebook foi apropriado por essa militância: a plataforma aparenta ter sido usada como um fim em si mesmo, sem explorar seus recursos ou definir uma estratégia. Acreditava-se que, com a aproximação da Copa do Mundo, os quadros sofressem algum tipo de alteração pelo processo de *frame transformation*, pois o mote “não vai ter copa” perderia efeito mobilizador. Entretanto, os coletivos não mudaram a condução, enquanto os que nem sequer deixam claro se o “não vai ter copa” é um grito literal permaneceram amplificando as próprias temáticas durante todo o período de atividade estudado.

Nesta análise do Facebook são identificados dois aspectos da mobilização. O primeiro é pouca exploração pela mobilização dos temas e do alinhamento de quadros. O segundo envolve os algoritmos da rede social: por falta de conhecimento técnico da ferramenta, os usuários postam indefinidamente em frequência e conteúdo. Porém, deve-se reconhecer que o aspecto técnico não é o único fator para baixos números nas publicações: é possível que as postagens tenham recebido visualizações, mas careciam de conteúdo ou interesse por parte de demais usuários.

A expectativa e o entusiasmo dos ativistas se convertem em frustração, ao menos na busca por resultados dentro da rede social. O que se pode afirmar

é que, pelo menos no caso do Não Vai Ter Copa, o Facebook assume apenas o papel de amplificação do quadro de motivação.

REFERÊNCIAS

1, 2, 3, 4, 5, 1000. Ou dá a nossa casa ou não tem Copa no Brasil. **Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa**, [S.l.], 26 mar. 2014. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/Qnxl8i>>. Acesso em: 18 set. 2017.

ALDÉ, Alessandra; SANTOS, João Guilherme Bastos. As manifestações de junho: estratégia em rede para resistência civil. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 13., 2014, Belém. **Anais...** Belém: Universidade Federal do Pará, 2014. p. 1-15

ARTICULAÇÃO NACIONAL DOS COMITÊS POPULARES DA COPA. **Megaeventos e violação de direitos humanos no Brasil**, [S.l.], 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/2hobmQV>>. Acesso em: 23 set. 2017.

BACKSTROM, Lars. News feed FYI: a window into news feed. **Facebook business**, [S.l.], 6 ago. 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/1kz3Yak>>. Acesso em: 17 jan. 2016.

BALANÇO final da Copa do Mundo. **Palácio do Planalto**, [S.l.], jul. 2014. LinkedIn. Disponível em: <<https://goo.gl/84f4Zt>>. Acesso em: 17 jan. 2016.

BENFORD, Robert D.; SNOW, David A. Framing processes and social movements: an overview and assessment. **Annual Review of Sociology**, [S.l.], v. 26, 2000. p. 611-639

BENFORD, Robert; SNOW, David; WORDEN, Steven. Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. **American Sociological Review**, [S.l.], v. 51, n. 4, 1986. p. 464-481.

CADA cadeira dessa aí... **Contra Copa 2014**, [S.l.], 19 mar. 2014. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/jvnfh5>>. Acesso em 18 set. 2017.

CALVERT, Aubin; WARREN, Mark E. Deliberative democracy and framing effects: why frames are a problem and how deliberative minipublics might overcome them. In: GRNLUD, Kimmo; BACHTIGER, André; SETALA, Maija (Org.). **Deliberative minipublics**. Colchester, UK: ECPR Press, 2015. p. 203-224.

COMO controlar uma nação. **Nova Revolução Brasileira**, [S.l.], 13 out. 2013. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/1kPZYC>>. Acesso em: 18 set. 2017. Também publicado nos dias 29 de outubro, 13 de novembro e 22 de dezembro do mesmo ano.

COPA para quem? **Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa Ancop**, [S.l.], 1 fev. 2014. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/mlmchl>>. Acesso em: 18 set. 2017.

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

CHARGE. **Nova Revolução Brasileira**, [S.l.], 27 fev. 2014. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/f6rQVJ>>. Acesso em: 18 set. 2017.

CHRISTENSEN, Henrik S. Political activities on the internet: slacktivism or political participation by other means? **First Monday Peer-Reviews Journal on the Internet**, [S.l.], v. 16, n. 2, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/kYmx1V>>. Acesso em: 18 set. 2017.

COELHO, Henrique. Caso Amarildo: entenda o que cada PM condenado fez, segundo a Justiça. **G1**, Rio de Janeiro, 2 fev. 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/XzyCpB>>. Acesso em: 19 set. 2017.

CONSTINE, Josh. Why is Facebook page reach decreasing? More competition and limited attention. **Tech Crunch**, [S.l.], 3 abr. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/eZU2cv>>. Acesso em: 17 jan. 2017.

GAMSON, William; MEYER, David S. Framing politica opportunity. In: MCADAM, Doug; MCCARTHY, John D.; ZALD, Meyer N. (Org.). **Comparative perspectives on social movements: political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. p. 275-290

JACQUES, Edu. Web algorítmica: a constituição da visibilidade no newsfeed do Facebook. In: COLÓQUIO SEMIÓTICA DAS MÍDIAS, 3., 24 set. 2014, Japaratinga. **Anais...** Japaratinga: Ciseco, 2014. p. 1-14

LOOMER, Jon. How to maximize organic reach in the Facebook news feed. **Jon Loomer for advanced Facebook marketers**, [S.l.], 10 dez. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/WtNfvX>>. Acesso em: 17 jan. 2016.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; ERCAN, Selen A. Deliberation and protest: strange bedfellows? Revealing the deliberative potential of 2013 protests in Turkey and Brazil. **Policy Studies**, Hoboken, v. 36, n. 3, p. 267-282, 2015.

OWENS, Erich; TURITZIN, Chris. News feed FYI: cleaning up news feed spam. **Newsroom**, [S.l.], 10 abr. 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/k2RP2B>>. Acesso em: 18 set. 2017.

PAPACHARISSI, Zizi. The virtual sphere: the internet as a public space. **SAGE Publications**, Thousand Oaks, v. 4, n. 1, p. 9-27, 2002.

PERUZZO, Círcia M. Krohling. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou” (?). **Matrizes**, São Paulo, ano 7, n. 2, p. 73-93, jul./dez. 2013.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM CIÊNCIAS SOCIAIS, 26., 2002, Caxambu. **Anais...** Caxambu: Anpocs, 22-26 out. 2002. p. 1-25.

PRUDENCIO, Kelly; SILVA JUNIOR, José Geraldo. 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, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Compós, 27-30 maio 2014. p. 1-16.

QUANDO os 11 jogadores entrarem em campo... **Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa Ancop**, [S.l.], 1 fev. 2014. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/KdAicw>>. Acesso em: 18 set. 2017.

QUEREMOS justiça, mas o que veio foi bomba! **Se Não Tiver Direitos Não Vai Ter Copa**, [S.l.], 31 maio 2014. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/j1jwrE>>. Acesso em: 18 set. 2017.

REZAB, Jan. How often should you post on your Facebook pages? **Socialbakers**, [S.l.], 10 abr. 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/k2RP2B>>. Acesso em: 18 set. 2017.

SE NÃO tiver direitos não vai ter copa. **Contra Copa 2014**, [S.l.], 1 fev. 2014. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/sgK6Eu>>. Acesso em: 18 set. 2017.

SNOW, David A.; SOULE, Sarah A.; KRIESI, Hanspeter. Mapping the terrain. In: SNOW, D. A.; SOULE, S. A.; HANSPETERKRIESI (Ed.). **The Blackwell companion to social movements**. New Jersey: Blackwell Publishing, 2004.

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

TIMELINE photo. **Nova Revolução Brasileira**, [S.l.], 21 dez. 2013. Facebook. Disponível em: <<https://goo.gl/sy0Fwk>>. Acesso em: 18 set. 2017.

WESTLING, Mike. **Expanding the public sphere: the impact of Facebook on political communication**. 2007. Disponível em: <<http://bit.ly/2wGApk9>>. Acesso em: 19 set. 2017.

NOTAS

- 1 Página disponível em: <<https://goo.gl/8KCzBo>>.
- 2 Página disponível em: <<https://goo.gl/1E1cZl>>.
- 3 Trecho original: political actors deploy frames to ensure that an issue is interpreted in a way that favours their interests. The time and resources devoted to determining the kinds of language and frames that will resonate with audiences is evidence of what political strategists know well: frames are a powerful form of influence.
- 4 Dados do segundo trimestre de 2017 divulgados pelo Facebook em: <<https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2017/Facebook-Reports-Second-Quarter-2017-Results/default.aspx>>.
- 5 O estudo pode ser conferido em: <<https://www.searchenginepeople.com/blog/925-facebook-ambassador-reach.html>>.
- 6 Para estudo completo, cf. REZAB, 2011.
- 7 Tabela disponível em: <<https://1drv.ms/x/s!AjFjNpqLIAXPjQIfQipYY6Aglrj1>>.
- 8 Trata-se de um movimento organizado por ex-jogadores de futebol e atletas em atividade preocupados com questões atuais do esporte no Brasil. As pautas envolvem a reorganização do calendário nacional e demandas envolvendo o endividamento de clubes.
- 9 O Movimento Ocupe Estelita é a campanha de uma área ocupada em Recife, o Cais José Estelita, vendida a construtoras para a realização de empreendimentos residenciais e comerciais. A aquisição é vítima de processos e consultas do Ministério Público local.

- 10 O ajudante de pedreiro Carlos Amarildo da Silva virou símbolo da violência policial. Durante uma operação na favela da Rocinha, ele desapareceu após uma abordagem, e seu paradeiro foi desconhecido até fevereiro de 2016, quando 12 policiais foram condenados por homicídio, ocultação de cadáver e suborno a moradores para alteração de depoimentos (COELHO, 2016).
- 11 Trecho original: In fact, contemporary protests illustrate how collective action is often performed by individuals with different logics, values, interests and purposes, without them having to reconcile their differences. In other words, what we observe is that individuals engage in protest not necessarily to achieve some sort of consensus with other protesters, but to express their personal views and demands.

Artigo recebido em: 21 de junho de 2016.

Artigo aceito em: 30 de junho de 2017.