

As torcidas Antifascistas no Brasil: um estudo sobre o ativismo online nas eleições de 2018¹

Felipe Borba (UNIRIO)²

Nathalia Borges (UNIRIO)³

Resumo

O presente artigo analisa a militância das torcidas antifascistas nas eleições de 2018 pela lente do movimento ciberativista. Para isso, foi observado conteúdo das postagens feitas nas páginas do Facebook destas torcidas durante todo o período eleitoral. Objetiva-se identificar, através destas publicações, como foi feita a interseção com o público dentro de cada página e revelar quais os tipos de postagens que se destacaram nesta relação. A metodologia da pesquisa contou com a análise do conteúdo das postagens nas páginas das torcidas antifascistas de 18 clubes que participaram da primeira divisão do campeonato brasileiro de 2018. A coleta de dados vai do dia 16 de agosto de 2018, início do período eleitoral, até o dia 28 de outubro do mesmo ano, fim do segundo turno das eleições. Os resultados apontam para uma variedade nos tipos de publicação. Ao mesmo tempo em que as torcidas reportavam notícias sobre as campanhas, divulgavam abaixo assinados, compartilhavam resultados de pesquisas de intenção de votos e imagens de humor, elas também convocavam seus seguidores para manifestações fora da rede. Acredita-se que dentro do Facebook as torcidas conseguiram proporcionar um espaço de diálogo com sua audiência devido, dentre outros fatores, às convicções ideológicas que as fundamentam e o ponto em comum do time de futebol.

Palavras-chave: Torcidas Antifascistas; Antifascismo; Ciberativismo; Eleições; Futebol.

1. Introdução

As eleições de 2018 acentuaram o ativismo político em diferentes grupos da sociedade. O movimento #Elenão, organizado por mulheres contra a candidatura de Jair Bolsonaro, teve grande repercussão. Menos conhecida, todavia, foi a mobilização das torcidas de futebol conhecidas como antifascistas. Estas torcidas, que poucas semelhanças possuem com as torcidas organizadas tradicionais, podem ser conceituadas como grupos de torcedores que, para além da convergência na escolha de um clube para o qual torcer, também partilham de ideologias políticas de esquerda e agem de maneira organizada contra partidos e candidatos considerados de direita.

¹ 44º Encontro Anual da ANPOCS; GT 22: Internet, política e cultura.

² Docente do Programa de Pós Graduação em Ciência Política (UNIRIO); e-mail: felipe.borba10@gmail.com.

³ Mestre em Ciência Política (UNIRIO); e-mail: nathaliaroncheteb@gmail.com.

Tendo em vista que na eleição presidencial de 2018 as redes sociais se consolidaram como fonte privilegiada de mobilização e informação política, este artigo analisa o conteúdo das postagens feitas nas páginas do Facebook de 18 torcidas antifascistas dos clubes que disputaram a série A do Campeonato Brasileiro de Futebol, destacando as estratégias ciberativistas adotadas por estes grupos no primeiro e no segundo turnos. Objetiva-se identificar, por meio das publicações feitas durante o período eleitoral, como foi feita a interação com o público dentro de cada página e revelar quais os tipos de postagens que se destacaram e despertaram maiores interesses.

O artigo caracteriza, portanto, as torcidas antifascistas como um tipo específico de movimento social que tem no futebol e na Internet o seu espaço de ação. Dessa maneira, o artigo discute as torcidas antifascistas sob a lente dos movimentos ciberativistas que, por definição, se materializam quando há a utilização das tecnologias digitais por grupos politicamente motivados, se aproveitando da ausência das barreiras convencionais para ampliar o espaço de ação.

Ao observar essa instrumentalização da Internet por parte das antifas podemos apresentar, de imediato, duas constatações. A primeira delas revela que a capacidade de organização em prol de uma causa política demonstra uma força ativista que confronta a ideia de despolitização que gira em torno das torcidas de futebol. Já a segunda chama atenção para as possibilidades do ativismo que podem ser extraídas de uma militância que passa pelas tecnologias digitais, o que configura o exercício de práticas ciberativistas.

2. Torcidas Antifascistas no Brasil

Pode-se dizer que a cultura torcedora é indissociável da ideia de coletividade. Uma rede de torcedores atua como um canal que possibilita a junção do sentimentalismo de cada torcedor individualmente e amarra uma identidade coletiva. Essa coletividade é que sublinha questões políticas simbólicas-culturais ligadas ao processo de construção da identidade social do próprio torcedor enquanto fã de um time de futebol, moldando, assim, seu sentimento de identificação e pertencimento para com o restante de um grupo (PIMENTA, 2000).

E, ainda que a questão da coletividade seja um ponto nodal para todas as abordagens sobre torcedores, a própria ideia de cultura torcedora consegue abarcar muitas faces do que se entende por torcida (GIULIANOTTI, 2010). No Brasil, as arquibancadas destacam em maior proporção o fenômeno das torcidas organizadas, o que reflete na

quantidade de estudos que abordam estes grupos de torcedores no país (PIMENTA, 2000; HOLLANDA, 2010; TEIXEIRA, 2001). De fato, a presença das torcidas organizadas no futebol brasileiro requereu que seus conceitos fossem devidamente desmembrados e discutidos. No entanto, analisar outras redes torcedoras, como as próprias torcidas antifascistas, corrobora para evidenciar uma cultura torcedora multifacetada cuja atividade perpassa os limites do futebol.

Mesmo em meio a nomenclatura propositiva das torcidas antifascistas, é um erro associá-las a uma oposição ao fascismo pura e simplesmente. Ainda que todas elas estejam abertamente posicionadas contra as ideologias fascistas e neofascistas, sua atuação cruza esta delimitação. Neste sentido, o antifascismo atua muito mais como um elemento unificador entre estes coletivos de torcedores. É justamente este antifascismo ressignificado que nos permite dizer que as antifas caminham sob certo alinhamento.

E, quando afirmamos que estas torcidas – mesmo frente a eventuais discordâncias em alguns pontos – possuem um relativo alinhamento político, assumimos que, baseadas em experiências vividas, elas parecem convergir, majoritariamente, no que diz respeito a um corpo de ideias sistemáticas e que, partindo de princípios semelhantes, planejam uma (re)organização de determinados elementos sociais. Neste caso, esta agenda ideológica se dá, sobretudo, em resposta a uma normatividade política a ser desconstruída dentro e fora do eixo futebolístico (DJORDJEVIK; PEKIC, 2017).

Em um panorama geral, a resistência antifascista existe desde que existe o fascismo. A convicção em um debate racional para confrontar os dogmas fascistas sempre foi uma premissa indispensável para os grupos opostos. Ao longo dos anos, esta crença dialógica perdurou e ainda é possível observar que os grupos antifascistas utilizam da racionalidade e da fé nas instituições como via de resolução. No entanto, mediante a alguns rumos políticos, o termo “Fascismo” vem se tornando uma espécie de significante moral, onde grupos que lutam contra o mais diversos tipos de opressão o empregam para enfatizar a bestialidade de seus inimigos políticos e dos elementos de continuidade que eles compartilham com o fascismo histórico (BRAY, 2017).

Pode-se afirmar que os coletivos de torcedores antifascistas tendem a adotar o antifascismo nesta perspectiva do significante moral proposto por Bray (2017) quando delimitam seu campo de atuação. A ascensão das antifas ressalta, justamente, que é possível combater o fascismo – ou mesmo as práticas fascistas – para além dos lugares

comuns. E, considerando a estrutura social que endossa a história do futebol brasileiro, esta resistência antifascista se mostra conveniente.

Diante de algumas conjunturas sociopolíticas, movimentações políticas dentro do futebol estiveram em ascensão no início dos anos 90 em alguns países (SPAIIJ; VINÃS, 2017). No Brasil, o movimento das torcidas antifascistas pode ser notificado precisamente no ano de 2005, com os torcedores do Ferroviário Atlético Clube, que fundaram a torcida “Ultra Resistência Coral”, com proposições semelhantes às que se tem atualmente nas demais antifas. Desde então, muitas outras associações autodenominadas antifascistas surgiram – por volta de 2013 – em todas as regiões do país (SOARES; ZAGO, 2018).

O levante das torcidas antifascistas no Brasil está associado a dois fatores. O primeiro diz respeito a própria conjuntura política vigente. Quer dizer, diante de alguns contextos políticos, as antifas se destacam quando respondem a alguns acontecimentos mais pontuais neste cenário. Por exemplo, é possível discutir sua atividade política a partir de episódios como as jornadas de junho de 2013, as eleições de 2018 e também como frente ao governo Bolsonaro em 2020.

O segundo fator determinante para se discutir a ascensão dos coletivos de torcedores antifascistas está dentro dos marcos futebolísticos. Primeiramente, parte-se da ideia de que este ambiente esportivo manteve certa constância comportamental. Nesta linha de pensamento, mesmo que o interior das arquibancadas apresente uma pluralidade de membros e grupos a ser considerada, a normatividade torcedora é menos ampla. Sendo assim, visto que por muito tempo o futebol brasileiro propiciou e repousou sobre uma arena excludente que também atingiu a classe torcedora (FILHO, 2010), pode-se dizer que a presença das torcidas antifascistas neste cenário configura, de certo modo, uma ruptura.

Se considerarmos que as torcidas antifascistas têm como pilar em suas agendas pautas mais inclusivas como a defesa de minorias e o diálogo com outros coletivos independente de uma rivalidade clubística, é mais fácil entender o porquê seu desenho confronta uma normatividade torcedora preestabelecida. Mesmo que não seja pertinente ceder a generalizações, as arquibancadas ainda parecem estar distantes de uma desconstrução comportamental que torne o ambiente futebolístico mais inclusivo. É, também, no conflito com essa forma de se torcer que se colocam as torcidas antifascistas (SOARES; ZAGO, 2018).

O advento das redes sociais também atua como um motor para as torcidas antifascistas no Brasil. Uma vez que estes grupos operam menos dentro das arquibancadas em relação a outras redes torcedoras, a Internet se põe como um campo de atuação que se mostra, a cada dia, mais consistente. Para analisar a atuação das antifas é indispensável olhar para sua atividade dentro do ciberespaço. Para elas, as redes sociais são mecanismos capazes de expandir seu campo de atuação política. Logo, a partir do momento em que a Internet é instrumentalizada desta forma, é possível analisar a atividade das torcidas antifascistas passando pela proposta ciberativista.

3. Ciberativismo

A Internet vem sendo tratada como um elemento transformador das relações, o que a torna responsável por desencadear novos paradigmas sociocomunicacionais. E, uma vez que compreender sobre comunicação é compreender como as sociedades se organizam (CASTELLS, 2003), o ativismo que passa pela Internet também deve fazer parte das discussões que envolvam o organograma da ação sociopolítica.

Recentemente observou-se que alguns grupos têm adaptado sua estratégia de mobilização à luz dos avanços da Internet, o que fez com que o ativismo político nesta plataforma, o chamado ciberativismo, venha ganhando atenção no que se refere as formas de organização. Ao redor de mundo, alguns episódios podem ser destacados por conta da relevância das práticas ciberativistas. Foi o que aconteceu na Primavera Árabe⁴ ou na Batalha de Seattle⁵, por exemplo (ALMAZAN, GARCIA, 2015).

Por definição, o ciberativismo nada mais é do que a utilização da Internet por movimentos politicamente motivados. Ou, também, um conjunto de práticas em defesa de causas políticas realizadas nas redes cibernéticas (SILVEIRA, 2010). Essa modalidade está associada a capacidade de levar para a dinâmica do ciberespaço toda a proposta do ativismo político. Quer dizer, ainda que a Internet configure uma arena particular para confrontação política, sua funcionalidade consegue expandir um comportamento político que se dá, originalmente, fora dela.

⁴ Este acontecimento político diz respeito à uma onda de manifestações e protestos de cunho revolucionário que tomou conta do mundo árabe a partir do final de 2010 e que contou com as redes sociais para difundir informações e promover uma unificação do movimento.

⁵ A batalha de Seattle reuniu manifestantes que protestavam contra decisões tomadas pela OMC em um encontro na cidade. O ciberativismo operou a partir do momento em que foi criado um site para livre circulação de informações, uma vez que os manifestantes entendiam que a cobertura midiática era negligente.

O ciberativismo se concretiza na medida em que se percebe a adaptação do aparato tecnológico para fins sociais, legitimando a atuação política neste espaço como um poder imaterial. Este poderio advém, justamente, da possibilidade de ampliação das estratégias dos grupos ativistas, que, assim, passam a poder expandir suas atividades tradicionais e/ou desenvolver outras. Logo, o uso da Internet, dentro do que se pretende no ciberativismo, servirá para aprimorar a própria atuação ativista (DOMINGUES, 2007).

Dadas estas considerações, torna-se ainda mais fácil entender que a Internet proporciona um espaço totalmente propício para o desenho das práticas ativistas. Sobretudo, a organização no ciberespaço se mostra capaz de facilitar a intercomunicação de pessoas que compartilham a relação de engajamento com determinada causa permitindo, dentre outras coisas, o fornecimento de ideias automatizadas, fazendo com que o sistema integre opiniões individuais a opiniões coletivas, complementando as estratégias de mobilização de cada grupo (DOMINGUES, 2007).

A manifestação política mediada pela Internet se reforça na medida em que as múltiplas possibilidades a serem exploradas para que sirvam aos grupos ativistas ficam mais bem delimitadas. Além de uma fácil circulação e, conseqüentemente, adesão dos espectadores em torno de uma causa específica (MACHADO, 2007), existe uma distribuição informacional fluida que supera barreiras convencionais de tempo e espaço, o que é de grande valia para os ciberativistas.

Além do que, as plataformas digitais abrem espaço para que alguns indivíduos ou grupos antes negligenciados busquem encontrar voz na tecnologia, o que segue a lógica da capacitação dos sujeitos marginalizados. A Internet proporciona uma autonomia que, devido a suas próprias dinâmicas de funcionamento, possibilita que algumas camadas sociais menos favorecidas pelas estruturas comunicacionais dominantes consigam uma via alternativa de interação e difusão de sua causa.

E, se o êxito das práticas ciberativistas requer, sobretudo, que as pessoas mantenham uma conexão através da portabilidade digital, os sites redes sociais podem, com certeza, canalizar esta interação de maneira relativamente eficiente. Esta constatação se torna mais sólida por conta do fato de que estas plataformas são plenamente ancoradas na colaboração, priorizando que os membros da rede não sejam meros espectadores passivos e sim construtores ativos de uma teia de comunicação.

Quando se olha para o funcionamento das redes sociais, sua adequação a proposta ciberativista é mais nítida. Estas redes fornecem a oportunidade de compartilhar conteúdo dentro de uma determinada esfera, o que atua como fator determinante nas estratégias de mobilização. Nestes sites, os usuários conseguem publicar mensagens, compartilhar informações – podendo comentar sobre ela –, reproduzir publicações de terceiros, entre outros (AGGIO; REIS, 2013). A possibilidade de compartilhamento de informações concede, enfim, a chance para que as pautas de possíveis grupos ciberativistas sejam difundidas e repassadas a outros usuários da rede e assim por diante.

Seguindo a lógica de que as redes sociais atuam de maneira consistente dentro da proposta ciberativista, pode-se dizer que para um grupo ativista defender uma causa ou ideia basta, simplesmente, estar conectado. E, ao fazê-lo, instantaneamente assume-se um papel na cidadania digital. E neste sentido, a cidadania digital nada mais é do que a possibilidade de ampliação da cidadania tradicional. Faz parte de potencializar a esfera pública. Para o campo de atuação das torcidas antifascistas estas possibilidades são determinantes.

4. Metodologia

Para analisar as páginas do Facebook das torcidas antifascistas durante o período eleitoral de 2018, foram necessárias algumas etapas. Foi preciso estabelecer quais seriam as torcidas e clubes que fariam parte do estudo, o marco temporal exato que a coleta de dados obedeceria, a criação de categorias de análises onde as postagens seriam alocadas para, a partir daí, realizar o cruzamento das informações, formular gráfico e tabelas e interpretá-los.

Com uma simples busca no Facebook é possível encontrar inúmeras torcidas que do eixo antifascista. Para nossa análise, foi necessário delimitar um critério que oferecesse uma amostra cabível. Assim, foram selecionadas 18 torcidas de clubes que fizeram parte da série A do campeonato brasileiro de 2018. Depois de feita a seleção das equipes, fora decidido que as páginas a compor este estudo seriam aquelas que tivessem mais curtidas até o momento final da coleta, com o limite de uma torcida por clube. A tabela abaixo apresenta a seleção dos grupos. As torcidas estão elencadas de acordo com o time que torcem, o nome do coletivo e o número de seguidores em sua página do Facebook até o final da coleta dos dados.

Tabela 01: Seleção das Torcidas Antifascistas

Time	Torcida	Número de seguidores
Vasco da Gama	Vascomunistas	35.036
São Paulo	Bonde do Che	33.295
Flamengo	Flamengo Antifascista	27.601
Palmeiras	Palmeiras Antifascista	27.568
Botafoogo	Botafoogo Antifascista	22.618
Corinthians	Coletivo Democracia Corinthians	22.101
Internacional	Inter Antifascista	19.970
Grêmio	Grêmio Antifascista	19.628
Santos	Santos Antifascista	15.212
Atlético Mineiro	Galo Marx	5.568
Cruzeiro	Resistência Azul Popular	4.475
Fluminense	Fluminense Antifascista	3.891
Vitória	Brigada Marighella EC Vitória	2.910
Paraná	Gralha Marx	2.607
Bahia	Frente Esquadrão Popular	1.567
Ceará	Vozão Antifascista	1.556
Sport	Antifascista Sport	1.255
Atlético Paranaense	Atlético-PR Anti Fascista	572

Fonte: Elaboração própria dos autores.

O marco temporal compreendeu o dia 16 de agosto de 2018, início do período eleitoral, até o dia 28 de outubro do mesmo ano, fim do segundo turno. Para classificar as postagens emitidas dentro deste espaço de tempo, foram criadas algumas categorias de análise com base em pesquisas que tinham o Facebook como pano de fundo (ITUASSU et al, 2014; MURTA et al, 2017; MASSUCHIN, TAVARES, 2015; PENTEADO, 2012; AGGIO; REIS, 2013).

Uma vez que a proposta é analisar o conteúdo digital produzido por torcidas de futebol, a presença de temáticas estritamente esportivas nas postagens coletadas era esperada. Logo, como ponto de partida, ficou estabelecido que as mídias analisadas dentro de cada postagem deveriam ser separadas em **políticas e não políticas**. As postagens não políticas foram desprezadas para que fossem analisadas somente as de teor político.

Logo após, as postagens políticas foram separadas de acordo com seu **objetivo**, ou seja, a intenção por trás do conteúdo reportado. Nesta separação, as publicações puderam ter seus respectivos objetivos classificados como: divulgação de notícias; endosso político; engajamento offline; engajamento online; história; posicionamento; propagação de ideias, propaganda negativa e, se as postagens não coubessem em nenhuma destas categorias referentes ao seu objetivo, elas eram classificadas como outros.

Em outra fase de classificação, as postagens foram, dentro de cada objetivo citado, separadas de acordo com o **tema** de seu conteúdo. Esta etapa é imprescindível para afunilar as interpretações e saber quais são os assuntos que impulsionam, de fato, a militância ciberativista das antifas. Levando em consideração a tipologia temática das postagens, tem-se as seguintes categorias de análises: #EleNão; antifascismo; apoio a Haddad; apoio a outro candidato de esquerda; ataque a Bolsonaro; ataque a apoiadores de Bolsonaro; ataque a outro candidato, ataque a mídia; debates ideológicos; defesa de minorias; eventos; informação de campanha; manifestação e política internacional. De acordo com a lógica seguida no objetivo, as postagens cujo conteúdo não se adequa em nenhuma das categorias estipuladas, foram classificadas como outros.

5. Resultados

A tabela abaixo reporta o número de postagens emitidas por cada torcida. No total, foram coletadas informações de 1131 publicações durante o período eleitoral de 2018.

Tabela 02: Número de Postagens por Torcida Antifascista

Torcida	Frequência	%
Botafogo Antifascista	230	20,3
Vascomunistas	180	15,9
Coletivo Democracia Corinthians	150	13,3
Grêmio Antifascista	101	8,9
Flamengo Antifascista	100	8,8
Bonde do Che	69	6,1
Santos FC Antifascista	60	5,3
Frente Esquadrão Popular	52	4,6
Antifascista Sport	43	3,8
Palmeiras Antifascista	38	3,4
Resistência Azul Popular	29	2,6
Galo Marx	23	2
Fluminense Antifascista	12	1,1
Atlético-Pr Anti Fascista	11	1
Inter Antifascista	10	0,9
Brigada Marighella - Ec Vitória	9	0,8
Gralha Marx	9	0,8
Vozão Antifascista	5	0,4
Total	1131	100

Fonte: Elaboração própria dos autores.

De acordo com a tabela 02, as cinco torcidas que mais redigiram postagens dentro do período em questão são aquelas cujos times que torcem têm – junto a alguns outros – grande quantidade de torcedores pelo país. Existe, até mesmo, um diálogo com o número de curtidas em suas páginas (Tabela 01) e a quantidade de postagens emitidas.

Todavia, os números da tabela 02 representam o total de postagens. Ou seja, publicações de conteúdo político e não político. Como previamente estabelecido, somente as postagens políticas seriam analisadas categoricamente. Logo, a tabela 03 demonstra quantos são os posts que contém discussões de cunho político e quais não. Essa mesma tabela também nos dá informações de acordo com o turno das eleições.

Tabela 03: Postagens Políticas e Não Políticas das Torcidas Antifascistas (%)

	Período eleitoral		1º Turno		2º Turno	
	Não Políticas	Políticas	Não Políticas	Políticas	Não Políticas	Políticas
Antifascista Sport	32,6	67,4	40,0	60,0	22,2	77,8
Atlético-PR Anti Fascista	9,1	90,9	14,3	85,7	0,0	100,0
Bonde Do Che	39,1	60,9	41,1	58,9	30,8	69,2
Botafoogo Antifascista	9,1	90,9	9,8	90,2	6,4	93,6
Brigada Marighella - Ec Vitória	22,2	77,8	22,2	77,8	0,0	0,0
Coletivo Democracia Corinthiana	8,0	92,0	10,9	89,1	3,4	96,6
Flamengo Antifascista	28,0	72,0	29,6	70,4	24,1	75,9
Fluminense Antifascista	16,7	83,3	22,2	77,8	0,0	100,0
Frente Esquadrão Popular	25,0	75,0	32,1	67,9	16,7	83,3
Galo Marx	13,0	87,0	17,6	82,4	0,0	100,0
Gralha Marx	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	100,0
Grêmio Antifascista	10,9	89,1	12,5	87,5	8,1	91,9
Inter Antifascista	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	100,0
Palmeiras Antifascista	44,7	55,3	48,4	51,6	28,6	71,4
Resistência Azul Popular	37,9	62,1	33,3	66,7	50,0	50,0
Santos FC Antifascista	51,7	48,3	60,4	39,6	16,7	83,3
Vascomunistas	18,3	81,7	23,4	76,6	5,8	94,2
Vozão Antifascista	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	100,0
Total	20,0	80,0	23,4	76,6	11,6	88,4

Fonte: Elaboração própria dos autores.

Durante todo período eleitoral somente a Santos FC Antifascista não obteve maioria de postagens políticas. A Palmeiras antifascista também demonstrou números bem equilibrados. Como a maioria das postagens não políticas se referia a informações sobre os jogos, pode ser insinuada uma relação entre o volume de postagens não políticas

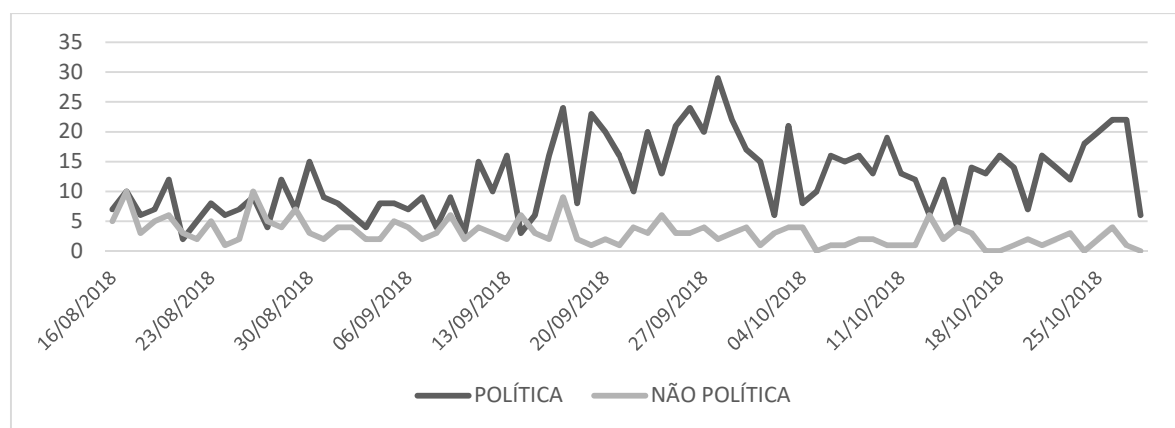
e o bom momento do time do Palmeiras no campeonato de 2018, que na ocasião se sagrou campeão do torneio. Mesmo considerando os números menos expressivos no total de postagens, a Inter Antifascista, a Gralha Marx e a Vozão Antifascista, por sua vez, se limitaram somente a publicações políticas.

Como esperado, a presença de postagens não políticas caiu ainda mais no segundo turno, diminuindo de 23,4% para apenas 11,6%. Com a exceção da Resistência Azul Popular, todas as torcidas antifascista diminuíram a frequência deste tipo de publicação. As postagens políticas mantiveram um alto índice de presença nas páginas. A Palmeiras Antifascista, Santos FC Antifascista e Vascomunistas demonstraram uma diferença acentuada em relação aos posts políticos no primeiro e segundo turno.

Além das considerações tecidas, a tabela 03 nos serve como contra argumentação para uma idealização pejorativa que ronda as torcidas de futebol. Quando se fala em politização torcedora, é necessário contornar o estereótipo da despolitização. E, uma vez que as antifas debateram sobre política em suas páginas por muitas vezes, existe, na prática, uma confrontação a esse discurso.

De maneira a complementar as informações acima, tem-se o seguinte gráfico:

Gráfico 01: Evolução das postagens



Fonte: Elaboração própria dos autores

No início do período de análise, as postagens políticas e não políticas eram, mais ou menos, equivalentes quanto à frequência. Com o passar do tempo, aquelas que tratavam de assuntos políticos aumentaram, enquanto as outras obedeceram a certa linearidade. O pico das postagens políticas acontece no final do mês de setembro, coincidindo com o movimento #EleNão. Mesmo que as manifestações de rua do

movimento #EleNão tenham acontecido no dia 29 em várias cidades brasileiras, o assunto gerou certa agitação na Internet antes desta data.

As redes sociais foram determinantes para que o movimento #EleNão ganhasse o reforço que veio a se materializar nas ruas do país. Vários coletivos se organizaram em torno da hashtag para trazer atenção para o assunto e convocar pessoas para o ato que aconteceria dias depois. O gráfico indica que as torcidas antifascistas cooperaram com esta onda.

Como fora mencionado, as postagens que não contivessem uma mensagem política seriam descartadas. Deste modo, a partir deste ponto as análises se concentram somente nas publicações de teor político que somaram 905 de um total de 1131. A tabela a seguir, inicia a exibição destes resultados no que tange ao objetivo. Os apontamentos também se dão divididos por turno.

Tabela 04: Objetivo das Postagens Políticas Por Turno (%)

	1º Turno	2º Turno	Média (Total)
Posicionamento	32,8	23,9	29,9
Propaganda Negativa	14,9	23,9	17,8
Engajamento Offline	16,4	15,9	16,2
Divulgação de Notícias	15,4	15,2	15,4
Propagação de Ideias	7,1	4,5	6,3
História	5,2	4,5	5,0
Engajamento Online	4,5	4,5	4,5
Endosso Político	2,6	5,9	3,6
Outros	1,0	1,7	1,2
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Elaboração própria dos autores.

Dentre os objetivos, quatro deles ganharam maior atenção nas páginas das torcidas antifascistas, somando, cada um, um número elevado de postagens que ultrapassou a marca de 100. Por outro lado, é possível reparar que certas postagens não ocuparam o centro das atenções. Entre elas, aparece a categoria “Engajamento online”.

Sobre os dados desta categoria podemos abrir espaço para resgatar e estabelecer uma relação com uma importante premissa do ciberativismo. Mesmo que esta pesquisa se concentre em reportar como se deu o ativismo online das torcidas antifascistas, não quer dizer que toda a militância destes grupos se dê apenas no ciberespaço. O ciberativismo coexiste com o contexto externo. Ainda que os movimentos sociais passem

a instrumentalizar novas formas de atuação política não renunciam ao ativismo pelas vias tradicionais, o que faz com que os números da tabela anterior sejam compreensíveis.

Uma vez que 29,9% das postagens apontam para o posicionamento de determinada torcida sobre algo ou alguém, pode-se dizer, de modo geral, que os coletivos antifas buscaram sempre emitir opinião ou juízo de valor para sua audiência. Pode, até mesmo, ser montado um breve paralelo com a outra ponta da tabela. Se as postagens que contém um posicionamento são maioria e as que reportam endosso político – que refere-se a posição política de terceiros – correspondem a minoria, é possível afirmar que as antifas atribuíram mais valor a emissão de uma opinião que seja genuína do grupo, o que pode ser lido como mais um fator discursivo que a aproxima dos outros torcedores dentro da rede social.

Também pode ser percebido que os percentuais foram pouco destoantes entre os turnos. Porém, chama-se atenção para os números das categorias posicionamento e propaganda negativa. Ao passo em que uma diminui e a outra aumenta, respectivamente, pode-se afirmar que há uma convergência com o que aponta a literatura sobre propaganda negativa. Em suma, esta linha argumentativa coloca que a propaganda negativa, geralmente, tende a aumentar no segundo turno (BORBA, 2015).

Também é importante ressaltar que as torcidas concederam um espaço considerável para as publicações que miravam o engajamento offline. Isto vai ao encontro do que fora anteriormente discutido. Quer dizer, mesmo que exista uma militância bem fundamentada no plano online, a passagem desta mesma militância para o âmbito offline deve ser reconhecida e incentivada para que o ciberativismo efetue uma ação completa.

Após discutir qual o comportamento das torcidas em relação ao objetivo das postagens políticas, é importante que seja avaliada a distribuição dos temas das publicações. A Tabela 05 nos revela os dados para que façamos outras considerações. Esta separação também pode ser observada de acordo com o turno das eleições.

Tabela 05: Tema das Postagens Políticas por Turno (%)

	1º Turno	2º Turno	Total
#EleNãO	22,4	20,4	21,8
Ataque a Bolsonaro	7,0	17,6	10,4
Manifestação	10,2	10,4	10,3
Antifascismo	9,4	8,7	9,2
Debates Ideológicos	9,4	6,6	8,5
Defesa de Minorias	11,2	2,1	8,3
Ataque a apoiadores de Bolsonaro	4,2	9,7	6,0
Apoio a Haddad	1,6	13,8	5,5
Ataque a outros candidatos	5,4	1,7	4,2
Política Internacional	4,7	1,4	3,6
Informação de campanha	3,1	1,7	2,7
Apoio a outros candidatos de esquerda	3,6	0,0	2,4
Eventos	2,3	1,7	2,1
Ataque a mídia	1,1	0,7	1,0
Outros	4,4	3,5	4,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaboração própria da autora.

Sem muito esforço, é possível afirmar que as torcidas antifascistas dedicaram boa parte de seu espaço de atuação para – dentro de cada objetivo – rejeitar a candidatura de Jair Bolsonaro. Os temas #EleNãO, Ataque a Bolsonaro e Ataque a Apoiadores de Bolsonaro somaram 38,2% das postagens. Se considerarmos que dentro do tema Manifestação houve uma quantidade significativa de posts que estavam relacionados aos atos do dia 29 de setembro, nossa afirmação se torna ainda mais robusta.

Também devemos chamar atenção para a porcentagem expressiva das postagens que continham temática de defesa de minorias. Muitas das torcidas analisadas destacavam, em suas descrições no Facebook, que o tema era um pilar de suas ideias. Algumas delas mencionavam explicitamente que se colocam contra os tipos de preconceito, ressaltando que combatem, junto ao fascismo, o machismo, a LGBTfobia, o racismo e a xenofobia.

Durante todo o período eleitoral, os números das postagens que faziam alguma menção a manifestação ajudam a sustentar nossa ideia de um ativismo que operou em mais de uma esfera. Se no primeiro turno os dados sustentam a hipótese de que a categoria está relacionada aos protestos de rua do movimento #EleNãO, no segundo as informações estão relacionadas aos comícios realizados por Fernando Haddad em algumas cidades brasileiras. Isso ajuda a fundamentar a ideia de que as torcidas antifascistas buscaram

alinhar a militância do ciberespaço para a ação política que acontece fora dele, o que acarreta uma prática ciberativista completa.

Em mais um comparativo entre os turnos da eleição, percebe-se que no segundo as publicações ficaram mais concentradas nos dois candidatos que permaneceram na disputa. As postagens de apoio a Fernando Haddad apresentaram uma crescente acentuada. Se no primeiro turno as antifas dedicaram apenas 1,6% do total das publicações para demonstrar apoio, no segundo este número saltou para 13,8%.

Já as postagens que buscavam atacar Bolsonaro e seus apoiadores também aumentaram. Isto encontra com o que fora anteriormente comentado a respeito do aumento das estratégias de campanha negativa durante o segundo turno (BORBA, 2015). Em contrapartida, temas mais alheios à eleição como defesa de minorias, política internacional e debates ideológicos sofreram uma queda intensa.

Tendo em vistas as informações contidas nas tabelas é possível perceber que ainda que fora concedido largo espaço para tratar dos temas que centralizaram os debates durante a eleição de 2018, as antifas também puderam trazer à tona a discussão de outros assuntos importantes para manutenção da consciência política de sua audiência. Esta, por sua vez, respondeu a dinâmica dos grupos interagindo com as mensagens publicadas e ajudando a fundamentar esta face do ativismo.

6. Considerações Finais

Por conta da relevância em diversos segmentos das sociedades atuais, a Internet vem sendo utilizada pelos movimentos ativistas como uma ferramenta de expansão (MACHADO, 2007). Os debates sobre ciberativismo tem ajudado a perceber como a atuação dos movimentos sociais – e neste caso das torcidas antifascistas – na Internet corresponde à uma ação política que vem se intensificando na contemporaneidade.

Os resultados sobre a militância das torcidas antifascistas durante a eleição de 2018 servem como exemplo para fundamentação das práticas ciberativistas. Antes de qualquer coisa, resgatemos que uma das premissas mais importantes do ciberativismo é a distribuição informacional. Sem dúvida, as redes sociais possibilitaram que os grupos antifas estabelecessem um canal interativo para que sua audiência recebesse as mensagens emitidas e assim se informasse por vias alternativas aos meios de comunicação tradicionais.

Nesta conjuntura, as torcidas de futebol puderam escolher – de acordo com o que demandou a última eleição – quais seriam as mensagens repassadas a seus torcedores. Puderam, dessa maneira mais autônoma, organizar suas publicações em temas que objetivavam dialogar com seus seguidores a partir dos rumos do período eleitoral, o que vai ao encontro da ideia da distribuição informacional que oferece espaço a temas e pontos de vista que são, muitas vezes, negligenciados pelos grandes canais midiáticos.

As análises também apontaram mais uma consonância com as pregações ciberativistas. Neste sentido, destaquemos que boa parte da militância das antifas esteve alinhada, de maneira bastante pontual, com as movimentações que aconteciam em âmbito externo. Por muitas vezes, as postagens analisadas indicavam uma relação estreita da atividade nas mídias digitais com as manifestações de rua, em especial aquelas ligadas ao movimento #EleNão, onde as antifas puderam agregar convocando e repercutindo o referido movimento em suas páginas. Além da presença significativa de postagens que tratavam do engajamento offline apontada na tabela 04, o gráfico 01 apontou que o pico de publicações coincidiu, justamente, com a principal data do movimento em questão.

Com o passar dos anos, o potencial de democratização das ferramentas digitais passou a ser amplamente discutido. Uma vez que, a partir de uma perspectiva essencialmente política, os ciberativistas buscam alcançar a esfera pública propondo engajamento cívico, deliberação política e relação com o capital social (SCHAUN et al, 2018), pode-se dizer uso da tecnologia é capaz de apoiar práticas democráticas. Assim, ocupar espaços na Internet configura um ato de resistência por grupos menos favorecidos.

De certa forma, a Internet pode oferecer a possibilidade de expressão de grupos cuja representatividade não alcançaria grandes níveis sem os adventos da tecnologia. Foi nesta perspectiva que as torcidas antifascistas puderam integrar o debate político nas eleições de 2018 com mais facilidade. Ao mesmo tempo em que contornaram a ideia de despolitização que ronda a figura do torcedor, utilizaram as redes sociais para propiciar debates políticos de maneira autônoma.

7. Referências Bibliográficas

AGGIO, C.; REIS, L. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. **Revista Compolítica**, 2013

ALMAZAN, R. S.; GARCIA, R. G. Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements. **Government Information Quarterly**, 2014.

BORBA, F. Propaganda negativa nas eleições presidenciais brasileiras. **Opinião Pública**, v.21, n.2, 2015.

BRAY, M. **Antifa: the anti-fascism handbook**. Melville House, 2017.

CASTELLS, M. **Galáxia da Internet**. São Paulo: Jorge Zahar, 2003.

DJORDJEVIK, I.; PEKIC, R. Is there space for the left? **Soccer & Society**, v. 19, n. 3, 2018.

DOMINGUES, D. **Softwares sociais: o autor como produtor de ciberativismo cultural**. Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2007.

FILHO, M. O negro no futebol brasileiro. Mauad X, Rio de Janeiro, 2010.

GIULIANOTTI, R. **Sociologia do futebol**. Nova Alexandria, São Paulo, 2010.

HOLLANDA, B. B. **Torcidas Organizadas de Futebol: entre memória e história**. Encontro Nacional de história oral, Recife, 2010.

ITUASSU Et al. Internet, eleições e democracia: o uso das redes sociais digitais por Marcelo Freixo na campanha de 2012 para a Prefeitura do Rio de Janeiro. **Revista Compolítica**, n.4, v.2, 2014.

MACHADO, J. A. S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. **Sociologias**. Porto Alegre, ano 9, nº 18, jul./dez. 2007.

MASSUCHIN, M. G.; TAVARES, C. Q. Campanha eleitoral nas redes sociais: estratégias empregadas pelos candidatos à Presidência em 2014 no Facebook. **Revista Compolítica**, 2015.

MURTA Et. al. Eleições e mídias sociais: Interação e participação no Facebook durante a campanha para a Câmara dos Deputados em 2014. **Revista Compolítica**, 2017.

PENTEADO, C. L. C. Facebook e Campanha Eleitoral Digital, **Em Debate**, Belo Horizonte, v.4, n.4, p.41-53, 2012.

PIMENTA, C. A. M. Violência entre torcidas organizadas de futebol. **São Paulo em perspectiva**, v.14, n. 2, p. 123-128, 2000.

SCHAUN et al. Brazilian Scientific Production on Cyberactivism in the Communication area from 2002 to 2012: a preliminary mapping. **Journal of Latin American Communication Research**, 2018.

SILVEIRA, S. A. Ciberativismo, cultura *hacker* e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, n. 86, 2010.

SPAALJ, R.; VIÑAS, C. Political ideology and activism in football fan culture in Spain: a view from the far left. **Soccer & Society**, v. 14, n. 2, 2013.

SOARES, A.; ZAGO, L. F. **Páginas das torcidas organizadas antifascistas no Facebook: política, futebol e comunicação**. Intercom, 2018.

TEIXEIRA, R. Torcidas jovens: entre a festa e a briga. **Antropolítica**, n. 10/11, 2001.