

A representação do *Impeachment Day* mediada por *hashtags* no Twitter e no Facebook: semiose em redes híbridas

The representation of Impeachment Day mediated by hashtags on Twitter and Facebook: semiosis in hybrid networks

Geane Carvalho Alzamora¹
Luciana Andrade Gomes Bicalho²

Resumo:

O trabalho investiga a função mediadora das *hashtags* #naovaitergolpe e #foradilma no Twitter e no Facebook durante o *Impeachment Day*, relativo ao dia 17 de abril de 2016, data da votação na Câmara da abertura do processo de *impeachment* contra a presidente Dilma Rousseff no Brasil. Compreendemos o compartilhamento das *hashtags* como um processo de semiose permeado por uma variedade de aspectos sógnicos que envolvem processos diferenciados de representação em cada ambiente midiático investigado. Os resultados apontam para a configuração de um processo híbrido de mediações, o qual aciona redes mediadoras variadas por meio de proximidade e alteridade na articulação entre *hashtags*. Esse movimento, próprio da noção peirceana de experiência colateral, associa teias de relações lógicas ao processo comunicacional investigado, resultando em especificidades sógnicas regidas pelo domínio simbólico no Facebook e pelo domínio indicial no Twitter.

Palavras-chave:

Hashtag; Representação; Mediação; Redes Sociais Online; *Impeachment Day*.

Abstract:

This paper aims to investigate the mediating function of hashtags #naovaitergolpe e #foradilma on Twitter and Facebook during the Impeachment Day, April 17, 2016, date of the vote in the opening of the House of Impeachment proceedings against President Dilma Rousseff in Brazil. We understand the sharing of hashtags as a process of semiosis, marked by a variety of signic aspects involving different processes of representation in each investigated media environment. The results point to a hybrid process of mediations that triggers other mediating networks through proximity and otherness between *hashtags*. This movement itself of Peirce's notion of collateral experience, combines a web of logical relations to

¹Pós-doutorado Universitat Pompeu Fabra/Espanha. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais e Bolsista de produtividade pelo CNPq. E-mail: geanealzamora@gmail.com

²Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais, bolsista Fapemig. E-mail: lucianadrade@gmail.com

semiotic process under study, resulting in signical specifics governed by symbolic sign area on Facebook and indexical domains on Twitter.

Keywords:

Hashtag; Representation; Mediation; Social Networks; Impeachment Day.

1 Introdução

Desde as Jornadas de Junho de 2013, por ocasião da realização da Copa das Confederações no país, os protestos no Brasil vêm sendo articulados na interface porosa entre redes sociais *online* e as ruas do país. Conforme Alzamora e Arce (2014), os eventos criados no Facebook e as *hashtags* provenientes do Twitter cumpriram importante papel na organização midiática das demandas coletivas relativas às Jornadas de Junho. A mesma percepção guia este estudo, que investiga a função mediadora das *hashtags* #naovaitergolpe e #foradilma no Twitter e no Facebook durante o *Impeachment Day*, relativo ao dia 17 de abril de 2016, data da votação na Câmara dos Deputados da abertura do processo de *impeachment* contra a presidente Dilma Rousseff no Brasil.

O Facebook se configura como uma rede de redes, abarcando parte substancial dos conteúdos publicados em plataformas *online*. Trata-se de um dos principais canais para divulgação dos protestos de rua no país, utilizado tanto pelos cidadãos de modo independente, quanto pela imprensa tradicional e pelos coletivos midiativistas. O Twitter é também muito relevante nesse cenário por ser muito utilizado em mobilizações sociopolíticas e por conectar várias das principais *hashtags* utilizadas nas manifestações políticas brasileiras desde as Jornadas de Junho de 2013. Essas *hashtags* aparecem recorrentemente nos *Trending Topics*³ do Twitter, o que atesta ser este um tema muito relevante para os usuários da plataforma. Como este estudo se interessa por *hashtags* de cunho político, torna-se importante investigá-las no Twitter relativamente a outros ambientes midiáticos, notadamente o Facebook, rede social *online* líder no Brasil,

³Sistema oferecido pela plataforma do Twitter para dar visibilidade às *hashtags* mais comentadas durante um curto período de tempo.

conforme dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015⁴, realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) por encomenda da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM).

Taticamente⁵ utilizadas em contextos de grande mobilização social, as *hashtags* conectam uma série de conteúdos que são gerados dentro e fora das redes sociais *online*. Operam, desse modo, em perspectiva intermídia⁶, o que remete a uma espécie de sucessão diacrônica de pontos percorridos em conexões *online/off-line* capturáveis sincronicamente de forma fragmentada e circunstancial. “A trajetória se desenha e o tempo ou o movimento se acha assim reduzido a uma linha totalizável pela vista, legível num instante” (CERTEAU, 2004, p. 98). Descrever a trajetória das *hashtags* é, portanto, um desafio metodológico, pois elas se revelam apenas parcialmente em rastros que evocam dinâmicas temporais e espaciais mais amplas.

É ilustrativa desse cenário a votação da abertura do processo de *impeachment* contra a presidente Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados, que ocorreu no dia 17 de abril de 2016, data que ficou conhecida nas redes sociais *online* como *Impeachment Day*. Por 367 votos a 137, o pedido de destituição da presidente do Brasil foi aceito e encaminhado para a investigação e decisão do Senado, que aprovou o relatório nos dias 11 e 12 de maio. As redes sociais *online* foram fundamentais para a disseminação de informações naquele dia, em especial no que se refere à produção e compartilhamento de conteúdos por meio das *hashtags* associadas ao tema e à circulação de conteúdos produzidos por veículos tradicionais de comunicação, os quais transmitiram a votação em tempo real.

Segundo informações divulgadas pela empresa de monitoramento Sprinklr, que utilizou a ferramenta Scup para traçar um panorama do *Impeachment Day*⁷,

⁴Informação disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>> Acesso em: 30/04/2016.

⁵Recorremos aqui à noção de tática desenvolvida por Michel de Certeau (2004) para descrever as operações pontuais de astúcia oferecidas por um instante, em contraposição às ações de controle que se organizam pelo postulado do poder, que são típicas das estratégias.

⁶A dinâmica intermídia opera por processos de intertextualidades entre diferentes gêneros e formatos midiáticos, configurando interações midiáticas de natureza diacrônica e sincrônica que resultam em experiências estéticas diferenciadas. Sobre o assunto ver Müller, 2010.

⁷Informação disponível em: <http://conteudo.scup.com/estudo-votacao-impeachment?utm_source=twitter&utm_medium=&utm_campaign=>. Acesso em: 30/04/2016.

houve um volume significativo de menções ao tema no Twitter e no Instagram, totalizando 2,255 milhões de publicações. Isso significa que mais de 146 milhões de pessoas foram impactadas pelo conteúdo, contra e a favor do *impeachment*, naquele dia. A *hashtag* #impeachmentday ocupou os *Trending Topics* do Twitter no Brasil e no mundo, sendo o termo mais utilizado durante o dia de votação. Em seguida, conforme o relatório, destacam-se as *hashtags* #foradilma e #naovaitergolpe (com e sem acento), que já vinham sendo largamente utilizadas em conexões de redes sociais *online*.

Com base em pressupostos teóricos e metodológicos da semiótica de Charles Sanders Peirce, investigamos como e em que medida a função mediadora das *hashtags* #naovaitergolpe e #foradilma envolveu processos diferenciados de representação no Twitter e no Facebook durante o chamado *Impeachment Day*. Parte-se da premissa de que os rastros digitais nas redes sociais *online* permitem compreender como as relações heterogêneas, que emergem da dinâmica de conexão *online/off-line*, configuram processos de mediação específicos em cada ambiente midiático, embora permeáveis entre si. A investigação leva em conta a ação integrada de humanos e de algoritmos na configuração dos processos de mediação em estudo, pois a ação humana vincula posicionamentos afins por meio do uso social de *hashtags* e estas organizam e conectam conteúdos publicados em redes sociais *online* diferentemente em cada ambiente midiático. Trata-se, assim, de um processo de mediação profundamente marcado pelas especificidades semióticas de cada contexto midiático investigado e pela natureza das ações humanas e algorítmicas que os atravessam.

A análise das *hashtags* #foradilma e #naovaitergolpe foi feita com base em coleta automática de dados no Twitter e coleta manual no Facebook. No Twitter, pelo período de 24 horas do dia 17 de abril, a coleta automática foi realizada com o auxílio da ferramenta de coleta retroativa desenvolvida pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic)⁸ da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Foram armazenados 27.748 tweets sobre #foradilma e 71.646 tweets relacionados a #naovaitergolpe. Entre 14h e 23h59, cobrindo todo o período da sessão, as duas *hashtags* foram monitoradas pelas ferramentas

⁸Disponível em: <<https://github.com/ufeslabic>>. Acesso em: 03/07/2016.

Hashtagify.me e RiteTag para descrever as redes acionadas pelo compartilhamento dessas *hashtags*, o que revelou os principais perfis influenciadores de cada rede investigada. A coleta manual no Facebook, realizada no dia 18 de abril, considerou o armazenamento de cem postagens de cada *hashtag*, incluindo as publicações do dia anterior. Os dados obtidos foram analisados com base na perspectiva peirceana da semiose, resultando na identificação de processos distintos de mediação no Twitter e no Facebook, os quais se encontram, porém, associados entre si por meio das trajetórias intermídia traçadas pelas *hashtags*.

2 A função mediadora das *hashtags* no *Impeachment Day*

A noção peirceana de mediação encontra-se diretamente relacionada à ideia de semiose, sendo esta uma descrição da ação sígnica e sua dinâmica de mediação, que envolve três correlatos: signo (representamen), objeto e interpretante. Trata-se de um processo reticular de mediação que envolve a determinação oriunda de um signo precedente, seu objeto, e a representação, por associação (experiência colateral), de um signo posterior, seu interpretante, relativamente ao objeto que o determinou pela mediação do signo (representamen) com vistas a produzir outra tríade sígnica e assim sucessivamente. O processo da semiose é um processo de mediação no qual o signo produz um efeito em uma mente, de natureza humana ou não, com vistas a representar o objeto que o determinou. O efeito do signo é chamado interpretante, o qual se qualifica como “o hábito de um organismo de responder, por causa do veículo do signo, a objetos ausentes, como se estivessem presentes” (SANTAELLA; NÖTH, 2004, p. 171).

A capacidade representativa do signo é limitada por sua impossibilidade de abarcar todo o objeto que o determinou, o que demanda a associação de outros signos (experiência colateral) na formação do interpretante. A experiência colateral diz respeito à familiaridade prévia com o objeto que denota o signo, condição necessária à semiose, operando por proximidade e alteridade com o objeto. De acordo com Bergman (2010), a noção peirceana de experiência

colateral descreve a impossibilidade de qualquer contato com os objetos da representação, ou referências, exceto através das mediações sígnicas.

O processo de mediação sígnica ocorre em dois níveis: entre objeto e interpretante, pela mediação do signo, e entre uma cadeia sígnica (signo-objeto-interpretante) e outra, pela mediação do interpretante. Assim, signo é uma mediação constituída em relação triádica, o que evoca “a manifestação mais simples da terceiridade, que também significa continuidade, generalidade, síntese, aprendizagem, crescimento etc.” (SANTAELLA, 2012, p. 80).

Com base nesse entendimento, compreendemos as *hashtags* como processos sígnicos que cumprem a função mediadora de continuidade, generalidade e crescimento em dois níveis. Por um lado, elas operam como signos mediadores entre a determinação oriunda de certo posicionamento comum, seu objeto, e um efeito de vinculação sociotécnica ampliado em novo contexto sociocomunicacional, seu interpretante. Por outro lado, as *hashtags* exercem a função mediadora de conectar uma instância de significação a outra por meio do encadeamento de *hashtags*, que tanto legitima quanto reconfigura o sentido original de certa *hashtag*. Esse processo de mediação, baseado em registro e compartilhamento em conexões intermídia, caracteriza dinâmicas coletivas em rede que conferem representação diferenciada e circunstancial a certa *hashtag*, associada ou não a outras.

De acordo com Parmentier (1985), a mediação íntegra, de modo complementar, a operação semiótica de representação, oriunda do interpretante relativamente ao objeto pela mediação do signo, à operação semiótica de determinação, oriunda do objeto relativamente ao interpretante pela mediação do signo. A operação semiótica de representação associa novos signos à semiose por experiência colateral, configurando uma rede sígnica em constante expansão, de tal modo que a referência ao objeto nunca se perde e a capacidade criativa da semiose não é comprometida.

As *hashtags* são aqui tomadas como processos de mediação que operam tanto em referência aos processos de vinculação sociotécnica que as determinam, quanto em relação aos contextos variados de associação que evocam novos significados em dinâmicas variadas de representação. Trata-se de dinâmicas de

difícil apreensão porque lidam com associações sígnicas imponderáveis, já que delineadas em processos variados de familiaridade com os significados que delas emanam. O sentido da *hashtag* é, assim, configurado em cada situação comunicativa sem, contudo, perder a referência a um contexto mais amplo de significação, normalmente acionado em conexões intermídia.

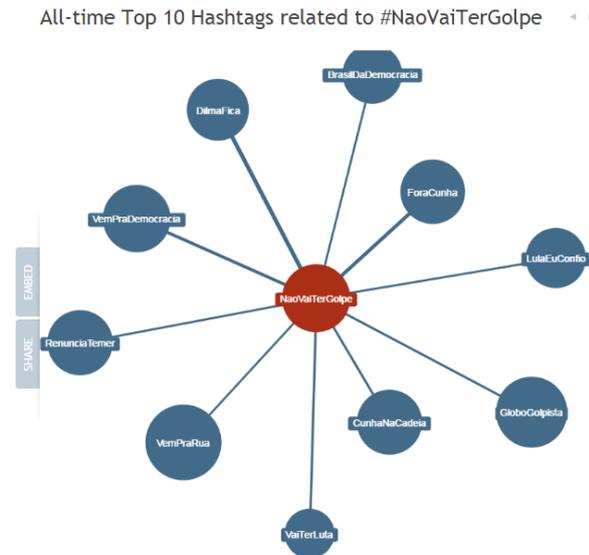
Recuero (2014) afirma que as *hashtags* são recursos que convocam as audiências para as conversações. Em sua análise das *hashtags* utilizadas nos protestos brasileiros em 2015⁹, Recuero observou as conexões entre as palavras pensando nos efeitos dos discursos que permeiam os protestos nas redes sociais *online*. Ela percebeu que uma *hashtag* nunca opera sozinha, pois faz parte de uma teia de conexões lógicas que se atualizam recorrentemente pelo compartilhamento da audiência.

Compreendemos a ação conversacional da audiência em torno das *hashtags* como uma dinâmica associativa baseada na experiência colateral, a qual atualiza a semiose ao produzir sentidos que particularizam seu uso coletivo. No caso do estudo em questão, percebemos que a associação de *hashtags* reconfigura o sentido normalmente associado a uma *hashtag*, o que evidencia sua trajetória espaço-temporal como semiose intermídia. Por meio da ferramenta Hashtagify.me¹⁰, identificamos as principais redes formadas em torno das *hashtags* estudadas, conforme as figuras 1 e 2 em sequência.

⁹Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/06/os-discursos-das-hashtags.html>>. Acesso em: 18/04/2016.

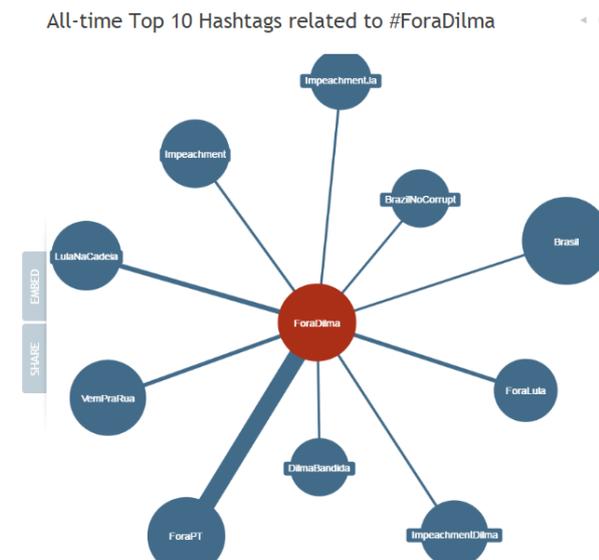
¹⁰Ferramenta de uso *online* que oferece recursos para observar a rede de *hashtags* acionada por proximidade e ver quais são os principais influenciadores no compartilhamento das *hashtags*.

Fig.1 - Relações estabelecidas pela *hashtag* #naovaitergolpe.



Fonte: *print screen* da análise realizada pela ferramenta Hashtagify.me.

Fig.2 - Relações estabelecidas pela *hashtag* #foradilma.



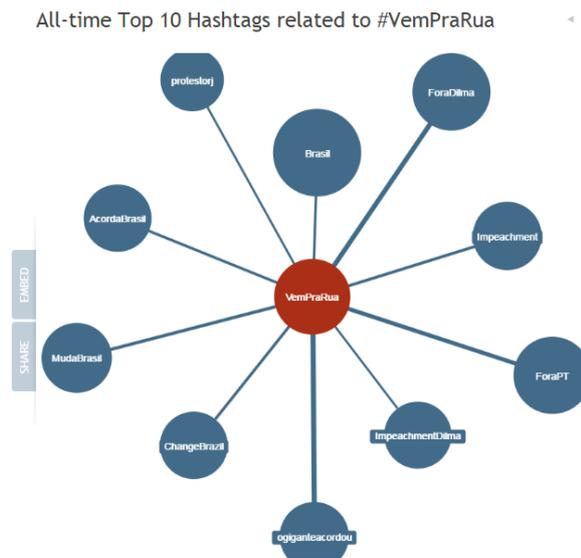
Fonte: *print screen* da análise realizada pela ferramenta Hashtagify.me.

A *hashtag* #foradilma apareceu pela primeira vez nas redes sociais *online* no dia 15 de junho de 2013, durante as Jornadas de Junho (MALINI et al., 2014). A partir de então, ela atuou na mediação de vários contextos sociopolíticos em dinâmica intermídia, ganhando forte visibilidade nas manifestações de 2015 e 2016, principalmente pela consolidação do processo de *impeachment* da presidente Dilma Rouseff. Já a *hashtag* #naovaitergolpe, adotada por aqueles que

eram contra o pedido de *impeachment*, passou a figurar como uma das mais relevantes na defesa da presidente nos ambientes *online* em 2015.

Nas semioses geradas no Twitter pelas duas *hashtags*, conforme mostrado nas figuras 1 e 2, notamos que, mesmo contendo posicionamentos sociopolíticos opostos, elas se cruzam quando ambas acionam a *hashtag* #vemprarua. Isso significa que a associação sígnica, por experiência colateral, resultou em sobreposição de sentidos de modo a ressignificar a *hashtag*, impulsionando sua semiose. A representação contextual de #foradilma e #naovaitergolpe desencadeou uma heterogeneidade de interpretantes que tanto apontavam para a representação circunstancial do objeto que as determinou, quanto acionavam novas representações capazes de reconfigurar, por experiência colateral, os sentidos previamente convencionados. Porém, ao observarmos a rede criada em torno da *hashtag* #vemprarua, notamos que esta se encontra fortemente atrelada à *hashtag* #foradilma, sem proximidade com a representação da *hashtag* #naovaitergolpe, conforme pode ser visto na figura 3. Isso significa que a ação sígnica dessa *hashtag* é majoritariamente associada a certo posicionamento político. Evidenciase, assim, o uso social da *hashtag* com o propósito de mediar vinculações políticas semelhantes, gerando uma representação mais duradoura de sentidos partilhados.

Fig.3 - Relações estabelecidas pela *hashtag* #vemprarua.



Fonte: *print screen* da análise realizada pela ferramenta Hashtagify.me.

O uso social das *hashtags* no Twitter, fortemente marcado pela repetição, é quantitativamente mensurável pelos *Trending Topics* e facilmente rastreável por ferramentas de coleta automática de dados, o que evidencia o predomínio indicial das *hashtags* nesse ambiente comunicativo. O índice é um signo degenerado porque destituído de terceiridade sígnica; encontra-se conectado ao seu objeto por uma relação física, existencial, caracterizando-se como “signos que se tornam tais principalmente através da conexão real com seus objetos” (PEIRCE, 1990, p. 67). Assim, o caráter representativo das *hashtags* no Twitter opera por aproximação ou alteridade, configurado em uma dinâmica sociotécnica que vincula por repetição com vistas a produzir visibilidade diferenciada do posicionamento político acionado pela referida *hashtag*. A dinâmica sociotécnica das *hashtags* é, portanto, bastante complexa porque “somos emissores não apenas no sentido declarativo; emanamos ‘pacotes de informação’ em cascata que alimentam bancos de dados de visibilidade variável” (BRUNO, 2012, p. 689).

3 Representações diferenciadas no Twitter e no Facebook

A ação sígnica das *hashtags* produz representações diferenciadas nos ambientes midiáticos do Twitter e do Facebook. Isso acontece porque cada ambiente lida com especificidades de linguagens que integram, diferentemente, ações humanas e algorítmicas, o que impacta em suas semioses e, portanto, em suas funções mediadoras. Ao tomarmos a *hashtag* como signo, compreendemos que ela se relaciona com o objeto que a determina em três domínios distintos de representação. Em nível de primeiridade fenomenológica¹¹, o signo relativo ao objeto que o determina é um ícone porque remete a uma qualidade que compartilha com seu objeto. A qualidade do objeto apresenta-se no signo por analogia ou metáfora, nível bastante rudimentar de representação. Em domínio fenomenológico de secundidade, o signo opera em relação existencial com o seu

¹¹A teoria peirceana compreende uma teia de relações lógicas baseadas em suas três categorias fenomenológicas – primeiridade, secundidade e terceiridade – relacionadas aos modos pelos quais os fenômenos podem ser apreendidos conforme qualidade, reação e mediação. As três categorias são onipresentes nos fenômenos, embora apareçam em graus variados de predomínios fenomenológicos. Sobre o assunto ver PEIRCE (1983).

objeto, em conexão física, estabelecendo com ele uma relação de alteridade. De acordo com Santaella (2004), o índice é concebido pelos rastros que deixa, funcionando “como um veículo de transporte, alertando e conduzindo o receptor diretamente para o seu objeto” (SANTAELLA, 2004, p. 123). Quando a repetição indicial se torna regra, envolve nível de terceiridade, operando como hábito, norma. Em nível de terceiridade, o signo se refere ao seu objeto por força de uma lei, uma convenção, tornando-se símbolo.

As semioses geradas pelas *hashtags* em análise revelam processos diferenciados de mediação no Twitter e no Facebook quando observadas pelo viés da relação entre signo e objeto. No caso do Twitter, a partir dos dados coletados no *Impeachment Day*, notamos o predomínio indicial tanto no que se refere à especificidade do rastro sociotécnico gerado, quanto em relação à forma projetada, fortemente ancorada na repetição como modo vinculador de registro com vistas a alcançar os *Trending Topics*. Isso pode ter relação com o fato de as *hashtags* terem sido criadas no Twitter como uma ferramenta de monitoramento. Através da representação do sinal # (*hash*), elas agregam conteúdos rastreáveis por palavras-chave, o que facilita a busca e a recuperação dessas publicações na plataforma, principalmente porque sua API¹² (*Application Programming Interface*) é aberta e de fácil acesso para a realização de coletas automáticas.

Essa forma de classificação das *hashtags* transforma a experiência cotidiana em uma série de dados que vão circular pelos ambientes programáveis, absorvendo a dinâmica de associação sógnica por experiência colateral, conforma a lógica do banco de dados. Porém, segundo Bruno (2012), nem todo rastro é rastreável e voluntário. Ela ressalta o caráter fragmentário, ambíguo e polissêmico dos rastros digitais, os quais apontam para conexões que se estabelecem e se dissolvem o tempo todo. Os rastros digitais possuem uma topologia complexa e agregam várias inscrições, vinculando camadas de visibilidade a camadas de rastros não perceptíveis.

Conforme a perspectiva da semiótica peirceana, o rastro é um signo que remete ao seu objeto em nível de secundidade, como um índice. Nesse sentido,

¹²Chamada de Interface de Programação de Aplicação, trata-se de um conjunto de ferramentas disponíveis para que a plataforma possa receber aplicações secundárias a partir de trabalhos independentes de desenvolvedores web.

incorpora uma qualidade de sentimento (ícone) e tende a gerar, por repetição, um hábito de ação (símbolo). Índices são signos que atestam, por extensão física e alteridade, a existência de um objeto ausente. O rastro, como índice, é assim compreendido como parte necessária, mas jamais autônoma de um processo mais amplo de mediação.

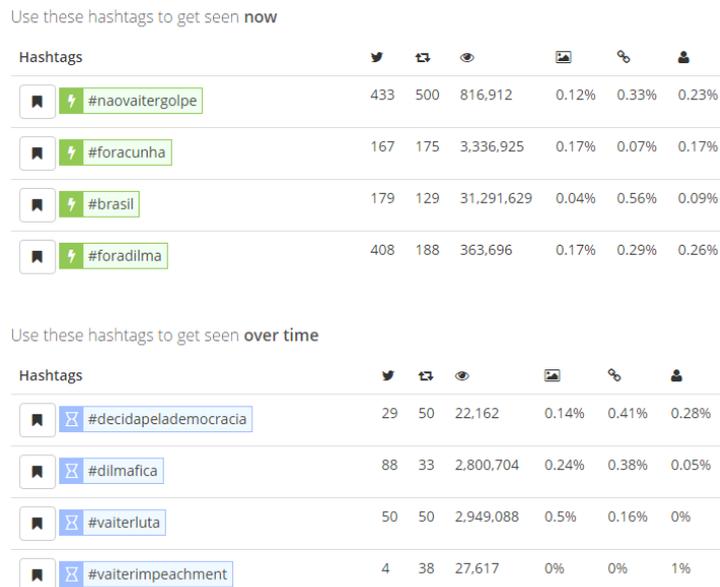
Os rastros sígnicos das *hashtags* no Twitter funcionam como vestígios da ação sígnica que vincula por repetição. Quanto mais citações uma *hashtag* acumula, por exemplo, maior será sua visibilidade na rede. Entretanto, “apesar de as citações serem aparentemente repetitivas, em cada variação algo novo é apresentado” (SANTAELLA, 2004), o que corresponde ao inevitável crescimento criativo da semiose, condição necessária à mediação. Por meio da operação semiótica de representação, que associa sentidos à semiose por experiência colateral, a determinação oriunda do objeto se projeta em um novo signo, que fará a mediação com outra cadeia sígnica e assim sucessivamente. De acordo com Bergman (2010), a experiência colateral é marcada pela instância de secundidade, sendo, portanto, fortemente ancorada em índices, sem os quais não há semiose.

A análise das *hashtags* no Twitter realizada pela ferramenta RiteTag, às 18h do dia 17 de abril, horário exato do início da votação dos deputados pelo pedido de *impeachment*, revela como acontece essa dinâmica de representação, profundamente marcada pelo viés da repetição indicial nesse ambiente midiático. A ferramenta demonstra quais *hashtags* estão sendo mais utilizadas em relação à *hashtag* pesquisada, indicando quais possuem maior audiência no momento exato da pesquisa, quais persistem ao longo do tempo e quais não apresentam resultados significativos para gerar visibilidade na rede investigada.

No caso da *hashtag* #naovaitergolpe (fig. 4), a ferramenta sugere o uso das *hashtags* #foracunha, #brasil e #foradilma para gerar maior visibilidade à rede naquele instante de análise, às 18h. Em contrapartida, a ferramenta também mostra as principais *hashtags* que podem auxiliar na visibilidade ao longo do tempo, ou seja, aquelas que estão sendo mais utilizadas para além da data da coleta. Essa observação permite identificar como a experiência colateral pode levar a associações diferenciadas entre as *hashtags*. O signo #naovaitergolpe faz, claramente, referência ao posicionamento comum contra o pedido de

impeachment. O encadeamento sígnico, porém, vincula posicionamentos a favor do *impeachment*, como #foradilma (no quadro de *hashtags* indicadas para serem vistas naquele momento) e #vaiterimpeachment (no quadro de *hashtags* indicadas para serem vistas ao longo do tempo), o que evidencia o modo pelo qual a experiência colateral altera a semiose em cada contexto comunicativo.

Fig. 4 - *Hashtags* apresentadas para o termo #naovaitergolpe às 18h.



Fonte: *print screen* da análise realizada pela ferramenta RiteTag.

Já no caso do signo #foradilma (fig. 5), a experiência colateral aponta para uma coesão maior de ideias, sendo vinculado, primeiramente, à *hashtag* #tchauquerida. Isso denota o compartilhamento de um posicionamento político comum associado a essa *hashtag*. Porém, no segundo quadro, quando a ferramenta mostra as principais *hashtags* que estão sendo utilizadas ao longo do tempo, aparece a *hashtag* #juntossomosfortes, que se tornou um processo de mediação relevante em conexões de rede *online* em contextos variados, usada por exemplo, tanto no contexto do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, quanto de campanhas contra o câncer de mama no Brasil. Essa relação sígnica enfatiza o domínio indicial do Twitter, que opera por repetição e conexão material, por aproximação e alteridade. Trata-se, como explicitam Santaella e Nöth (2004, p. 94) de “vestígios que se apresentam na sua concretude e singularidade”.

Fig. 5 - *Hashtags* apresentadas para o termo #foradilma à 18h.

Use these hashtags to get seen now

Hashtags						
#foradilma	500	225	479,467	0.15%	0.25%	0.23%
#tchauquerida	421	333	374,971	0.16%	0.29%	0.17%

Use these hashtags to get seen over time

Hashtags						
#fora	8	17	12,417	0%	0.5%	1%
#impeachmentdilma	38	0	349,992	0.11%	0.21%	0.21%
#juntossomosfortes	4	8	3,983	0%	0%	1%
#valterimpeachment	12	30	27,929	0%	0%	0.33%
#ocupastf	4	0	212	0%	1%	1%

Fonte: *print screen* da análise realizada pela ferramenta RiteTag.

No Facebook, porém, as *hashtags* são usadas não como rastro digital, domínio do índice, mas conforme uma predisposição de hábito de ação, domínio simbólico, que estabelece continuidade normativa em referência à experiência social de uso de *hashtags* no Twitter. Os hábitos de ação típicos do Facebook estabelecem, assim, referência a um repertório indicial de repetição não capturável, mas significamente presente, cujo fundamento comum é uma qualidade de sentimento, ou ícone. O domínio simbólico das *hashtags* no Facebook dialoga, portanto, com as conexões sógnicas que conformam o uso social das *hashtags* investigadas porque se “a referencialidade é providenciada pelos elementos indiciais, a imaginação e a significação só podem ser realizadas por ícones” (SANTAELLA; NÖTH, 2004, p. 223). O Facebook ressignifica o uso social da *hashtag* porque não opera por um sistema de busca por *hashtags*¹³. Em vez disso, conota o vínculo sociotécnico pelo uso socialmente convencional de *hashtags*.

Diferentemente do Twitter, que opera em domínio indicial, o uso social das *hashtags* no Facebook, uma rede de redes, aponta para uma forte carga simbólica,

¹³Recentemente, o Facebook anunciou novas formas de busca em sua plataforma, principalmente para a versão *mobile*. Entretanto, no período de análise das *hashtags* selecionadas, no dia 17 de abril, ainda não havia um sistema consistente para realizar a busca pelas *hashtags*. Da mesma forma, seu sistema de classificação de conteúdo ainda não estava bem consolidado para traçar uma linha do tempo das *hashtags* pelo sistema de busca.

articulada em referência aos procedimentos indiciais e icônicos que ultrapassam o Facebook, mas que o permeiam por conexões intermídia. De acordo com Peirce (1990, p. 76), símbolo é um “signo que se constitui em signo simplesmente ou principalmente pelo fato de ser usado e compreendido como tal, quer seja um hábito natural ou convencional, e sem levar em conta os motivos que originalmente orientaram sua seleção”. Esse parece ser o caráter representativo das *hashtags* no Facebook, dado que sua função mediadora funda-se em um hábito de ação, convencionalizado pelo uso social repetido em plataformas indiciais, como é o caso do Twitter.

O símbolo é o signo genuinamente triádico, que se expande na teia semiótica pela ação associativa da experiência colateral, conectando pensamentos e discursos a partir de cada experiência particular. Por isso, ele está sempre em constante transformação, trazendo dinamismo para a semiótica. (SANTAELLA, 2004, p. 138).

Quando analisamos o uso das *hashtags* no Facebook, observamos que tanto a *hashtag* #naovaitergolpe quanto a *hashtag* #foradilma são utilizadas com valor simbólico. Na fig. 6, a publicação vincula a *hashtag* #naovaitergolpe a um contexto peculiar, mostrando, a partir da fotografia dos índios, certo valor normativo do signo.

Fig. 6 - *Hashtag* #naovaitergolpe utilizada em contexto simbólico.

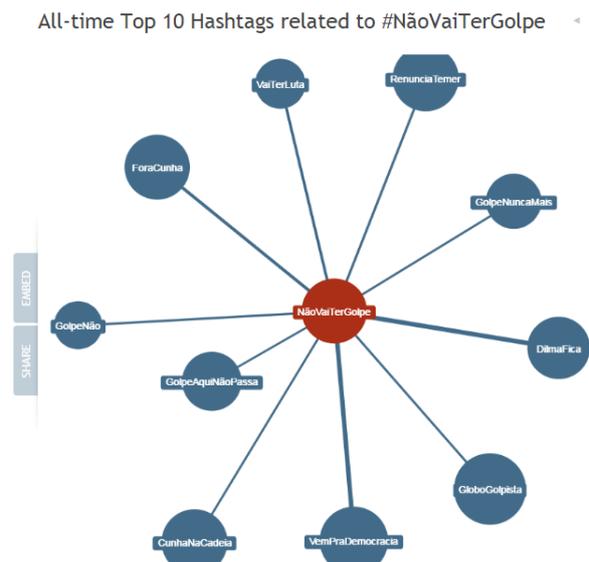


Fonte: *print screen* do Facebook durante a coleta manual.

normalmente permeada por intérpretes humanos e algorítmicos. O ambiente programável é, então, um intérprete capaz de mudar o curso da semiose, como no caso da *hashtag* #naovaitergolpe no Twitter.

Ao analisarmos a *hashtag* com e sem acento no Twitter, pela ferramenta Hashtagify.me, notamos que elas acionam redes diferentes, com conexões distintas, mostrando sua natureza indicial, conforme a figura 8 em comparação à figura 1. Quando o signo é representado com o acento, ele não se associa mais ao signo #vemprarua, rompendo com a semiose criada na fig. 1. Entretanto, ele traz outros signos para o contexto sociocomunicacional, como #golpenuncamais, #golpeaquinãopassa (com acento) e #golpenão (com acento). Essa distinção ocorre pela atuação dos algoritmos na plataforma, que opera em domínio indicial no Twitter, atendo-se à representação e ao volume dos caracteres de cada signo.

Fig. 8 - Relações estabelecidas pela *hashtag* #naovaitergolpe (com acento).



Fonte: *print screen* da análise realizada pela ferramenta *Hashtagify.me*.

Os algoritmos também exercem influência no contexto sociocomunicacional do Facebook, principalmente na organização dos registros durante a busca. O exercício de coleta manual recuperou, como já dito, cem publicações de cada *hashtag* investigada a partir da forma como o próprio Facebook organiza os dados. Observou-se, por exemplo, que não existe coerência temporal entre as postagens, aparecendo registros de dezembro de 2015 antes de

outros do mês de abril de 2016. Assim, mesmo realizando a coleta no dia 18 de abril, com a intenção de verificar como as *hashtags* foram usadas no dia anterior, a busca capturou publicações em temporalidades variadas. Este aspecto é característico de dinâmicas intermídia, tal como é o caso do Facebook, aqui compreendido como uma rede de redes. Nota-se que a progressão desses registros também foi peculiar. Primeiro, exibiu postagens realizadas por amigos próximos, depois algumas postagens de amigos de amigos e, por fim, pessoas públicas e páginas, dando maior ênfase à última categoria.

A primeira postagem pública exibida para a *hashtag* #naovaitergolpe mostra a data de 23 de agosto de 2015, realizada pela página da deputada federal (PC do B) Jandira Feghali. Já no caso da *hashtag* #foradilma, a primeira postagem pública tem a data do dia anterior, 17 de abril de 2016, realizada pela página do deputado federal e vice-presidente nacional do PSDB, Carlos Sampaio, o que revela a diferença ditada pelo algoritmo na organização dessas publicações. Nota-se ainda que a busca por *hashtag* não retorna apenas registros que utilizam o *hash* (#), mas também considera publicações por palavras-chave e associação de ideias. Isso demonstra que o Facebook opera predominantemente por dinâmicas associativas de representação sob domínio simbólico, sendo que o algoritmo considera na busca as articulações de um pensamento e não apenas os rastros formados pelos caracteres. A *hashtag* opera como um elo simbólico que vincula posicionamentos afins, dispersos em rede, por meio de um processo identitário cuja coesão tende a ser maior em contextos de grande mobilização social (ALZAMORA, 2016), caso do *Impeachment Day*, que norteia este estudo.

É importante salientar que o domínio simbólico não é exclusivo da ação humana, embora algoritmos operem predominantemente sob domínio indicial. Em um estudo sobre máquinas semióticas, Nöth (2001) argumenta que os processos sígnicos, que englobam dispositivos técnicos e sistemas vivos, operam conforme a continuidade gradual que parte dos processos semióticos mais simples rumo aos mais complexos. Assim, ele afirma, nenhum dos critérios de semiose se encontra completamente ausente do mundo das máquinas, sendo a diferença entre a semiose humana e da máquina uma questão de grau.

Com base nessa perspectiva, compreendemos a semiose das *hashtags* investigadas como instâncias mediadoras que integram, sob graus diferenciados, a ação humana e a ação algorítmica na configuração de processos diferenciados de representação no Twitter e no Facebook. No Twitter o caráter indicial dominante é enfatizado pela ação dos algoritmos, que delinea uma rede de conexões por repetição de signos gerados na interface entre ação humana e algorítmica¹⁴. Já no Facebook, o algoritmo age de forma a valorizar as relações lógicas por meio da proximidade entre os usuários, observável em círculos de interesse e na formação de grupos. Em ambos, a ação humana age no sentido de vincular posicionamentos semelhantes pelo uso coletivo de *hashtags* afins em estrita relação com a potencialidade comunicativa dos algoritmos.

Considerações Finais

As *hashtags* conformam processos de mediação que envolvem ações humanas e algorítmicas na produção e circulação de informações em rede intermídia. Partindo dessa constatação, o presente estudo teve como objetivo investigar a função mediadora das *hashtags* #naovaitergolpe e #foradilma no Twitter e no Facebook durante o *Impeachment Day*, relativo ao dia 17 de abril de 2016, data da votação na Câmara da abertura do processo de *impeachment* contra a presidente Dilma Rousseff no Brasil. Com base na noção peirceana de semiose que descreve a mediação sígnica, analisamos dados obtidos pela coleta automática no Twitter e pela coleta manual no Facebook. Os resultados apontaram para uma teia de relações lógicas que conformam domínios sígnicos diferenciados no Twitter e no Facebook, resultando em processos diferenciados de representação em cada ambiente midiático mediado pelas mesmas *hashtags*.

O Twitter, que opera significamente em domínio indicial, traça, concretamente e fisicamente, a semiose gerada por uma *hashtag* em repetições sucessivas capturáveis nos rastros digitais da plataforma. A repetição é uma característica importante deste ambiente midiático porque confere visibilidade às

¹⁴É bastante comum no Twitter o emprego de ações maquínicas na geração de *hashtags* com vistas a alcançar os *Trending Topics*.

postagens nos *Trending Topics*, constituindo, assim, sua forma predominante de representação.

Já no Facebook, que opera significativamente em domínio simbólico, as *hashtags* configuram hábitos de ação socialmente convencionados conforme a repetição indicial associada intermediaticamente, por continuidade sógnica, ao Twitter. O processo de representação desencadeado pela mediação das *hashtags* no Facebook faz referência normativa ao processo de representação indicial das *hashtags* no Twitter, sinalizando a incorporação intermídia de certas qualidades de sentimento (ícone) associadas à vinculação por posicionamentos políticos afins que emana do uso social das *hashtags* no contexto sociocomunicativo investigado.

A diferenciação das funções mediadoras das *hashtags* no Twitter e no Facebook revela formas diferenciadas de associação sógnica (experiência colateral) em cada ambiente midiático, resultando em processos diferenciados de representação. A ação algorítmica e a ação humana combinam-se diferentemente no Twitter e no Facebook, o que impacta decisivamente nas relações de proximidade e alteridade que conotam sentidos às *hashtags* em cada ambiente midiático ao promoverem algumas associações sógnicas em detrimentos de outras. O encadeamento intermediático de *hashtags* revela, assim, processos mediadores peculiares no Twitter e no Facebook, os quais se encontram integrados conforme hábitos de ação configurados na continuidade sógnica por semiose intermediática.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane. A dinâmica transmídia de #9NTV3. In: ANGELUCI, Alan (Org). **Comunicação transmídia**, Porto Alegre: EdPucRS, p. 192-211, 2016.

ALZAMORA, Geane; ARCE, Tacyana. “Fora Rede Globo”: a representação televisiva das “Jornadas de Junho” em conexões Intermídia. **Revista Ecopós: Comunicação e conflitos políticos**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, 2014. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/1288/pdf_17>. Acesso em: 15/04/2016.

BERGMAN, Mats. C.S. Peirce on interpretation and collateral experience. **Signs**, Dinamarca, v. 4, p. 134-161, 2010.

BRUNO, Fernanda. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. **Revista Famecos**, Rio Grande do Sul, v. 19, n. 3, p. 681-704, 2012. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12893/8601>>. Acesso em: 21/03/2016.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano 1: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2004.

MALINI, Fábio et al. #VemPraRua: Narrativas da Revolta brasileira. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INVESTIGADORES DA COMUNICAÇÃO, 7., 2014, Lima, Peru. **Anais...** Lima, Peru, ALAICA, 2014. Disponível em: <<http://www.labic.net/wp-content/uploads/2015/09/VemPraRua-Narrativas-da-Revoltabrasileira.pdf>>. Acesso em: 15/04/2016.

MÜLLER, Jörgen. Intermediality revisited: some reflections about basic principles of this axe de pertinence. In: ELLESTRÖM, Lars. **Media borders, multimodality and intermediality**. London: Palgrave Macmillian, 2010, p. 237-252.

NÖTH, Winfried. Máquinas Semióticas. **Galáxia**, São Paulo, n. 1, p. 51-73, 2001. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1057/694>>. Acesso em: 13/04/2016.

PARMENTIER, Richard. Sign's place in media res: Peirce's concept of semiotic mediation. In: MERTZ, Elizabeth; PARMENTIER, Richard (Eds.). **Semiotic mediation: sociocultural and psychological perspectives**. Orlando: Academic Press, 1985, p. 23-48.

PEIRCE, Charles Sanders. Collected Papers of Charles Sanders Peirce. In: **Os Pensadores**. Tradução de: SANTOS, Luís Henrique dos. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.

RECUERO, Raquel. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da *hashtag* #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 16, n. 2, p. 60-77, maio/ago., 2014. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.01/4191>>. Acesso em: 17/02/2016.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Percepção**: fenomenologia, ecologia, semiótica. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

Recebido em: 03.07.2016

Aceito em: 08.09.2016