

Ativismo transmídia nas eleições 2018 no Brasil: a semiose de #CadêAProva

Geane Carvalho Alzamora

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

Luciana Andrade Gomes Bicalho

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

1

Resumo

A hashtag #CadêAProva surgiu durante o julgamento de Lula, em janeiro de 2018, e foi apropriada, em outubro do mesmo ano, pelos apoiadores à candidatura de Jair Bolsonaro, na eleição presidencial. Por meio de coleta nas redes sociais *on-line*, verificamos o processo de ressignificação da narrativa mediada pela hashtag, aqui caracterizado como ativismo transmídia por envolver mobilização social em conexões *on-line/off-line*. Diante disso, buscamos compreender o que caracteriza a semiose de #CadêAProva e de que modo tal processo revela aspectos singulares do ativismo transmídia no contexto das eleições presidenciais do Brasil em 2018. Concluímos que a ressignificação transmediática ocorreu pelo conjunto híbrido de signos aptos a potencializar o encadeamento simbólico de hashtags e, com isso, promover engajamento por aderência (interpretante emocional), mobilização (interpretante energético) e ativismo (interpretante lógico).

Palavras-chave:

Ativismo Transmídia. Semiose.
Eleições. Hashtags. Interpretantes.

Introdução

As hashtags têm sido largamente utilizadas para demarcar posicionamentos afins em contextos variados de mobilização sociopolítica. Jeffares (2014) chama de *hashtag politics* a prática contemporânea de nomear ideias políticas e compartilhá-las em conexões digitais. Rambukkana (2015) considera as hashtags como eventos tecnossociais de grande abrangência na contemporaneidade e destaca a necessidade de compreender como se configuram as redes discursivas mediadas por hashtags. Este trabalho inscreve-se nessa demanda. Alinha-se também à perspectiva de Zappavigna (2015) e Laucuka (2018), que entendem as hashtags como recursos semióticos capazes de interpretar uma variedade de significados complexos em redes sociais *on-line*.

Na visão de Costa-Moura (2014), as hashtags contribuem para o compartilhamento de emoções e pistas contextuais, demandando comprometimento nos processos de propagação em plataformas digitais. Dependendo

do volume de postagens geradas, as *hashtags* sinalizam a visibilidade de determinado tópico na rede (*trending topics*)¹, em especial no *Twitter*, ao incentivar a aproximação entre pessoas por meio da aglutinação de *tweets* com uma mesma *hashtag*. Apesar de terem sido criadas como ferramentas de monitoramento nas redes sociais *on-line*, tendo o *Twitter* como plataforma inicial de atuação², o uso social promoveu o aprimoramento de sua função comunicativa em perspectiva multiplataforma, criando conexões sígnicas entre ambientes *on-line* e *off-line*. Lycarião e Santos (2017) utilizam um método que combina análise semântica e análise de redes sociais para medir a formação de opinião em sites de redes sociais.

De acordo com Hougaard (2016), as *hashtags* configuram uma nova construção textual, na qual a função comunicativa do *hash* (#) opera como um marcador contextual na geração de rede de interesses afins. Por sua capacidade de criar significados em rede, a autora considera que as *hashtags* funcionam como conectores transmídia (*transmedia connectors*), atuando como um meio de comunicação eficiente e econômico que apela para a curiosidade dos

usuários devido à sua incompletude proposital, pois depende do contexto ao qual está vinculada para produzir sentido. Hougaard (2016) acredita que o potencial transmidiático das *hashtags* reside no fato de elas transcendem o *tweet* ao qual está vinculada para se conectar com outros *tweets* de relevância, atravessando também outras plataformas midiáticas por meio do engajamento social em torno de uma mesma temática.

Para Cappellini, Kravets e Reppel (2018), as *hashtags* evidenciam certos pontos de vista a partir da revelação de uma multiplicidade de linhas de força que são articuladas, contestadas e consolidadas no cruzamento dos ambientes midiáticos. Por essa razão, os autores acreditam que não se trata apenas de reproduzir posições institucionalizadas por meio do uso social de *hashtags*, mas de acionar um universo simbólico a partir do engajamento social mediado por elas, que pode expandir infinitamente o universo narrativo.

A dinâmica comunicacional das *hashtags* é marcada por colaboração, solidariedade e confronto, pois elas configuram espaços interacionais fluidos, transitórios e,

- 1 Ranking utilizado pelas plataformas digitais para mostrar o fluxo intenso de palavras-chave e *hashtags* durante um curto período a partir da regência algorítmica.
- 2 As *hashtags* surgiram em 2007 no *Twitter* para agregar conteúdos afins. Em 2008, surgiram os *Trending Topics*, mas só em 2009 eles se tornaram *links* que levariam a interfaces de busca. Outras redes sociais *on-line* também passaram a utilizar as *hashtags*, como o *Instagram*, em 2010, e o *Facebook*, em 2013. Sobre o assunto ver Bernardo (2019) e Andrade (2019).

eventualmente, contraditórios. Zappavigna (2015) argumenta que as trocas relacionais por meio de *hashtags* acontecem sob afiliação ao ambiente midiático, visto que, mesmo que os usuários nunca tenham interagido *off-line*, eles são envolvidos na criação de uma rede comum de sentidos quando utilizam uma mesma *hashtag*. Esse processo comunicacional depende do movimento e atualização constantes dos usuários e da regência algorítmica das plataformas digitais, que utilizam os ‘filtros-bolha’³ para assinalar a relevância de determinados conteúdos (PARISER, 2012).

Yang (2016) e Moura (2018) ressaltam o crescimento de um “ativismo de *hashtag*” (*hashtag activism*), o qual influencia a agenda pública com o intuito de dar visibilidade às causas ativistas em virtude de sua alta capacidade de propagação nas redes sociais *on-line*. Segundo Husson (2015), a *hashtag* pode assumir o estatuto de “palavra-argumento” por abarcar conteúdos metadiscursivos em torno de questões sociais e políticas no cenário midiático contemporâneo. Bülow e Dias (2019) apontam para a constituição de “redes políticas de *hashtags*” formadas pelas conexões em plataformas digitais, que permitem

o acompanhamento de argumentos de aliados e opositores, mesmo sem vínculo prévio, a partir de tópicos temáticos.

No Brasil, a presença de *hashtags* no contexto sociopolítico tem sido tema de estudo frequente desde as mobilizações de rua, em 2013, durante a Copa das Confederações no país. Inicialmente, os protestos aconteceram em virtude dos problemas de mobilidade urbana, capitaneados pelo Movimento Passe Livre (MPL). Posteriormente, os protestos ocorreram no âmbito de questionamentos sociais relativos aos gastos públicos com as obras para a realização da Copa do Mundo de 2014 (MALINI; ANTOUN, 2013; RECUERO, 2013).

A prática de criar e compartilhar *hashtags* para afirmar posicionamentos políticos semelhantes ganhou destaque nos protestos de 2014 no Brasil, por ocasião da Copa do Mundo no país, contribuindo para a gestão de entendimentos provisórios, ainda que contraditórios (D’ANDRÉA; ALZAMORA; ZILLER, 2015). Em 2015, a polarização política se tornou mais densa no Brasil, culminando no afastamento da ex-presidenta Dilma Rousseff no ano seguinte. Ao longo do processo de impeachment de Dilma

3 Nas redes sociais *on-line*, os filtros-bolha determinam a relevância e visibilidade de determinados conteúdos, de acordo com o mapeamento algorítmico de preferências dos usuários. “São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir” (PARISER, 2012, p. 14). Sobre o assunto ver também Sunstein (2017).

Rousseff, destacaram-se as *hashtags* #NaoVaiTerGolpe e #ForaDilma, usadas para explicitar o antagonismo entre dois posicionamentos político antagônicos que se expressavam dentro e fora das plataformas midiáticas (ANDRADE, 2019; BÜLOW; DIAS, 2019; MALINI; CIARELLI; MEDEIROS, 2017).

Uma das linhas narrativas instauradas pelos apoiadores do impeachment enfatizava a rejeição ao Partido dos Trabalhadores (PT), ao qual Dilma estava afiliada, assim como Luiz Inácio Lula da Silva, fundador do partido e presidente do Brasil por dois mandatos consecutivos, de 2003 a 2010. A rede política de *hashtags* formada em torno da temática pró-*impeachment* incluía a presença de ativistas a favor da candidatura do deputado federal Jair Bolsonaro à presidência do país, em 2018. No dia 31 de agosto de 2016, data do anúncio do julgamento final do impeachment da ex-presidenta no Senado Federal, a *hashtag* que ocupou o primeiro lugar nos *trends* mundiais do *Twitter*, às 20h30, foi #Bolsonaro2018 (ANDRADE, 2019).

A sobreposição de interesses políticos inscritos no uso social de *hashtags* é evidenciada em narrativas fragmentadas e plurais que se processam na interseção de múltiplas plataformas. Isso ocorre porque *hashtags* são elementos relevantes na construção de universo narrativo multiplataforma que se

expande mediante ações humanas e máquinas integradas e afins (BÜLOW; DIAS, 2019). Muito utilizadas em situações comunicacionais relacionadas a mobilizações sociais nas ruas, o uso social de *hashtags* permite a expansão global da informação local, característica marcante do ativismo transmídia, tal como apresentado por Srivastava (2009, 2014), precursora da designação *Transmedia Activism*.

Neste trabalho, discutimos a função mediadora da *hashtag* #CadêAProva ao longo de 2018, no Brasil. Essa *hashtag* sintetizou acirradas disputas sígnicas pelo valor da verdade, em especial quando associada a outras *hashtags*, demonstrando enorme capacidade de expansão transmídia. Por causa disso, nos interessa compreender o que caracteriza a semiose de #CadêAProva e de que modo tal processo revela aspectos singulares do ativismo transmídia no contexto das eleições presidenciais do Brasil em 2018.

Ativismo transmídia em torno de #CadêAProva

Ativismo transmídia diz respeito ao uso coletivo de variadas plataformas de mídia para impulsionar fluxos de conteúdos voltados para certa transformação da realidade (SRIVASTAVA, 2009, 2014). O conceito surgiu como desdobramento da ideia de narrativa transmídia (*transmedia storytelling*), popularizado por Henry Jenkins em seu livro *Cultura da*

Convergência: Where Old and New Media Collide. (2006)⁴. Trata-se de uma modalidade de narrativa transmídia cuja articulação coletiva de conteúdos tem por finalidade potencializar processos de geração de consciência, engajamento, ação e estruturação de mudanças.

Srivastava (2009, 2014) e Costanza-Chock (2011, 2014) assinalam diferenças entre ativismo e mobilização⁵ em suas abordagens, mas ambas as autoras destacam o uso de múltiplas plataformas e linguagens para promover causas comuns através de processos coletivos e criativos que coordenam uma narrativa cultural em expansão midiática. Jenkins (2016) acredita que o ativismo transmídia diversifique estratégias para a formação de agenda social compartilhada, principalmente pela conjunção entre os ambientes *on-line* e *off-line*. Segundo ele, qualquer tipo de plataforma de comunicação pode ser incorporado às estratégias ativistas, desde que funcione para a expansão da narrativa socialmente produzida para atingir uma finalidade comum. Dessa forma, tanto as redes sociais *on-line* quanto a comunicação interpessoal, jornais, rádios, cartazes, assembleias na praça, dentre

outras, atuam como entradas para o universo narrativo em expansão transmidiática.

Contextos de polarização sociopolítica são propícios ao desenvolvimento de ações coletivas caracterizadas como ativismo transmídia porque favorecem o compartilhamento robusto de conteúdos entre grupos concorrentes, engendrando uma disputa pelo protagonismo da narrativa socialmente conformada em conexões *on-line/off-line*. Segundo Salgado (2018), o termo polarização tem origem francesa e surge como reflexo do acirramento de diferenças, especialmente no que tange a aspectos político-ideológicos. Borges e Vidigal (2018) afirmam que, no Brasil, a polarização é visível, por exemplo, em contextos de acirrada simpatia partidária relacionada ao voto presidencial quando exposta, de forma relacional, por meio de sentimentos positivos e negativos dos eleitores. Os autores acreditam que a polarização seja fruto de organizações provisórias que se formam em torno de grupos já estabelecidos por interesses em comum. Nesse contexto, as *hashtags* podem ser entendidas como recursos discursivos, que são também sociotécnicos, utilizados

4 A noção de transmídia foi proposta por Kinder (1991) para descrever a existência de supersistemas comerciais de intertextualidade transmídia (*commercial supersystems of transmedia intertextuality*) a partir da experiência de consumo de mídia de crianças na indústria do entretenimento.

5 Costanza-Chock (2011) defende que o termo mobilização explicita melhor as práticas geradas pelas reivindicações sociopolíticas. Em sua visão, ativismo seria um termo amplo demais por englobar práticas distintas em vários campos de atuação, não estando delimitadas apenas às causas sociais e políticas.

por grupos concorrentes para sintetizar posicionamentos equivalentes em expansão transmídia.

É o caso de #CadêAProva, recorte empírico deste estudo. Essa *hashtag* promoveu a configuração reticular de sentidos, muitas vezes contraditórios, no contexto das eleições presidenciais de 2018. Inicialmente, a *hashtag* foi relacionada ao julgamento do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva para demarcar posicionamento político favorável a Lula. O ex-presidente foi preso no dia 7 de abril de 2018, condenado a 12 anos e 11 meses de prisão por corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Durante o julgamento em segunda instância, que ocorreu no dia 24 de janeiro de 2018, a *hashtag* #CadêAProva disputou com #MoluscoNaCadeia, uma variação de #LulaNaCadeia, os primeiros lugares nos *trends* do *Twitter* no Brasil e no mundo (ALZAMORA; ANDRADE, 2019). A estratégia do PT era dar visibilidade à narrativa da defesa do ex-presidente nas redes sociais *on-line*. Um dos argumentos apresentados era que o julgamento seria uma forma de coibir a candidatura de Lula ao governo federal nas eleições de 2018 (ALMEIDA, 2018)⁶. Mesmo com a prisão consolidada, seu nome foi apresentado na chapa tripla do PT, ao lado de Fernando Haddad,

ex-prefeito da cidade de São Paulo, e Manuela d'Ávila, deputada estadual em Porto Alegre pelo Partido Comunista do Brasil (PCdoB). A composição tripla, porém, não foi reconhecida legalmente, pois é previsto unicamente a ocupação de duas vagas, relativas aos cargos de presidente e vice-presidente.

Nas redes sociais *on-line*, a campanha foi sustentada, entre outras, pela *hashtag* #CadêAProva com o intuito de questionar a validade das supostas evidências analisadas para a condenação de Lula. Todavia, no dia 11 de setembro de 2018, data limite imposta pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para a definição dos candidatos, o PT anunciou Fernando Haddad como concorrente oficial e Manuela d'Ávila como vice. A dupla chegou ao segundo turno das eleições, junto com Jair Bolsonaro do Partido Social Liberal (PSL), que venceu a disputa. No período eleitoral, as redes sociais *on-line* foram palco de acirradas disputas mediadas por *hashtags*. Bolsonaro validou sua argumentação em torno do discurso contra a corrupção, resquício da narrativa utilizada no processo de impeachment de Dilma Rousseff em 2016 (ANDRADE, 2019). Já a campanha de Haddad ressaltou a manutenção do estado democrático de direito em oposição a um novo governo de matiz militar,

6 Sobre os enquadramentos sociopolíticos da prisão de Lula e a repercussão da crise do judiciário no processo, ver Almeida (2018).

pois Bolsonaro e seu vice, Hamilton Mourão, fizeram carreira militar no Exército Brasileiro.

No dia 18 de outubro de 2018, 10 dias antes do segundo turno das eleições, a jornalista Patrícia Campos Mello, do jornal *Folha de S. Paulo*, publicou uma reportagem que denunciava suposto esquema ilegal de envio de mensagens contra o PT no *WhatsApp*⁷. Segundo a reportagem, empresários apoiadores de Bolsonaro desembolsaram cerca de 12 milhões de reais para a compra de pacotes de milhões de mensagens, que seriam disparadas usando a base de dados do próprio candidato e de agências digitais. A prática violaria a legislação eleitoral que proíbe a doação não declarada, a compra de base de dados de terceiros e o impulsionamento de mensagens nessas condições. Imediatamente após a divulgação da notícia, na manhã de 18 de outubro, a *hashtag* #Caixa2DoBolsonaro chegou ao primeiro lugar nacional dos *trends* do *Twitter*, sendo muito utilizada pelos militantes do PT e personalidades políticas aliadas para desqualificar a campanha adversária. Um dos *tweets* que gerou mais interação, conforme coleta de dados realizada, com 14.638 curtidas, 5.486 *retweets* e 651 comentários, foi publicado por Guilherme Boulos às 9h da manhã do dia 18, candidato

à presidência no primeiro turno pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), que cobrava investigação do TSE em relação à denúncia do jornal *Folha de S. Paulo*. No mesmo dia, em resposta à acusação, o escritor Flavio Morgenstern, aliado de Bolsonaro, se apropriou da *hashtag* #CadêAprova para questionar a legitimidade da reportagem, estimulando o seu uso social no *Twitter*. A *hashtag* passou, então, a vigorar no segundo lugar dos *trends* ao lado de #MarketeirosDoJair. Como desdobramento da narrativa, no dia 19, as *hashtags* #CassaçãoDoBolsonaro e #FolhaFakeNews disputaram o *ranking*, dando continuidade às estratégias para fixação das crenças concorrentes nesses ambientes midiáticos.

A apropriação social da *hashtag* #CadêAprova pelos apoiadores de Bolsonaro alterou seu significado, inicialmente usada em apoio a Lula. Por causa disso, no dia 14 de novembro do mesmo ano, a campanha de defesa criada pelo PT apresentou a *hashtag* #CadêAprovaContraLula, uma variação semântica para explicitar contextualmente o posicionamento político pretendido. A estratégia teve como foco dar visibilidade ao primeiro depoimento de Lula⁸, depois de sua prisão, à juíza Gabriela Hardt, sucessora de Sérgio Moro que estava

7 Informação disponível em: <<http://bit.ly/2GsVgRe>>.

8 Informação disponível em: <<https://glo.bo/2B0oRAK>>.

em período de férias⁹. A *hashtag* chegou ao topo dos *trends*, sendo utilizada também em associação com #CadêAProva. Além das plataformas digitais, foram criadas camisetas, cartazes e materiais impressos com a nova *hashtag*, que passou a ser um símbolo da campanha pela liberdade do ex-presidente em conexão com #LulaLivre. Para disponibilizar e incentivar o compartilhamento de conteúdos relacionados, o PT criou o site “Cadê a prova contra Lula”¹⁰, que oferecia *cards* com a *hashtag* para impressão e uso nos protestos de rua. Todos os modelos visuais ofertados contêm o selo da campanha com a inscrição “Cadê a prova?” e a *hashtag* #CadêAProva-ContraLula. Em contraponto, os apoiadores à prisão de Lula criaram a *hashtag* #SomosTodasGabrielaHardt para valorizar o papel da juíza no processo.

As disputas sígnicas estabelecidas no entorno da *hashtag* #CadêAProva ao longo de 2018 remetem à lógica de *fandom* (JENKINS, 1992), que abarca grupos criados por meio de afiliações conduzidas por interesses comuns e que contribuem coletivamente para a expansão da narrativa. Segundo Brough e Shresthova (2011), o *fandom* oferece senso de identidade coletiva em torno de gostos compartilhados.

No contexto de mobilizações sociais, as autoras destacam o surgimento do ativismo de fã, que aborda questões cívicas e políticas. Longe de significar uma formação homogênea ou apaziguada, a lógica de *fandom* reflete uma reunião de singularidades conformadas em um mesmo grupo de modo interacional circunstancial (BROUGH; SHRESTHOVA, 2011). Tal aproximação provisória resulta na criação e compartilhamento de conteúdos dentro e fora das redes sociais *on-line*, contribuindo para a expansão da narrativa, aqui compreendida pelo viés do ativismo transmídia em contextos de polarização sociopolítica.

Para examinar a rede discursiva gerada pela mediação de #CadêAProva, estabelecemos o *corpus* de acordo com os picos de conversação em torno da referida *hashtag* em 2018. Realizamos coleta automatizada e manual no *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* e *WhatsApp* no dia 24 de janeiro de 2018, data do julgamento de Lula em segunda instância; nos dias 18 e 19 de outubro de 2018, correspondentes à divulgação e repercussão inicial da denúncia de práticas ilegais na campanha de Bolsonaro pelo jornal *Folha de S. Paulo*, e no dia 14 de novembro de 2018, data do primeiro depoimento de Lula após sua prisão. Por

9 Em 2019, Sérgio Moro assumiu o cargo de Ministro da Justiça e Segurança Pública do governo de Bolsonaro.

10 Disponível em: <<http://cadeaprovacontralula.com.br/>>.

meio da ferramenta *Tags*¹¹ coletamos 24.772 *tweets* no dia 24/01 e 10.462 *tweets* entre os dias 18 e 19/10. Utilizamos o programa *Socioviz*¹² para identificar as *hashtags* associadas a #CadêAProva nas três datas estipuladas, o que permite visualizar outras *hashtags* utilizadas para reforço do argumento narrativo. No *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*, coletamos manualmente as cinco postagens públicas com maior número de curtidas, visualizações e/ou compartilhamentos nos períodos investigados. Para a coleta no *WhatsApp*, recorreremos à plataforma *Eleições Sem Fake*¹³, que monitorou 350 grupos públicos durante o período das eleições (RESENDE et al., 2018). Coletamos também dados relativos às interações mediadas pelas *hashtags* #MoluscoNaCadeia, #Caixa2DoBolsonaro, #MarketeirosDoJair, #CassaçãoDoBolsonaro, #FolhaFakeNews e #CadêAProvaContraLula para avançar no exame da expansão da narrativa investigada, uma vez que essas *hashtags* apareceram recorrentemente associadas a #CadêAProva.

A semiótica de Peirce (1839-1914) constitui fundamento teórico-metodológico para averiguarmos os mecanismos de mediação da

hashtag #CadêAProva na perspectiva de ativismo transmídia, entendida como dinâmica semiótica em expansão reticular (ALZAMORA, 2018). Com base nessa abordagem, examinamos a semiose de #CadêAProva buscando verificar como ela engendrou disputas sógnicas naquele contexto de polarização socio-política e se relacionou com outras *hashtags* para impulsionar a configuração semiótica da dinâmica de ativismo transmídia no período investigado.

A semiose de #CadêAProva

A disputa sógnica entre crenças concorrentes mediada pela *hashtag* #CadêAProva evoca a ação transformadora da semiose, na qual associações sógnicas variadas e circunstanciais ampliam recorrentemente a gama de significados de um enunciado qualquer. Assim, cada nova representação de posicionamentos políticos mediada pela *hashtag* em ações coletivas nas conexões *on-line/off-line*, incide nos significados que esta engendra. Quanto maior a coesão discursiva da *hashtag*, mais densa será a produção de sentidos gerada pela narrativa coletivamente construída sob sua tutela, ainda que esta seja fragmentada

11 Disponível em <<https://tags.hawksey.info/get-tags/>>.

12 Disponível em: <<http://socioviz.net/SNA/eu/sna/login.jsp>>.

13 O projeto Eleições Sem Fake (www.eleicoessemfake.dcc.ufmg.br) é coordenado pelo Prof. Fabrício Benevenuto, do Departamento de Ciências da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais, a quem agradecemos pelos dados fornecidos.

e plural. Conforme essa visão, as *hashtags* são processos sígnicos que exercem função mediadora representando posicionamentos similares por meio de hábitos provisórios de ação em multiplataformas midiáticas (ALZAMORA; ANDRADE, 2016; ANDRADE, 2019).

O signo peirceano é triádico, composto por relações lógicas entre signo (representamen), objeto e interpretante (PEIRCE, 1931). O interpretante, significado ou efeito do signo, tem a natureza de um novo signo, por isso é considerado o elemento mediador que garante vitalidade à semiose. Trata-se de um processo reticular de mediação sígnica que envolve a determinação oriunda do objeto e a representação procedente do interpretante (PARMENTIER, 1985), sendo que este último se torna elemento mediador da tríade sígnica subsequente e, assim, sucessivamente. Enquanto a operação semiótica de determinação restringe o campo semântico do signo, a operação semiótica de representação o expande, uma vez que associa signos adjacentes à semiose por experiência colateral, ou seja, por familiaridade prévia com aquilo que o signo denota (PEIRCE, 1958).

Para compreender o processo de ressignificação da *hashtag* #CadêAProva, descrevemos seu

processo de mediação ou semiose, buscando identificar como essa *hashtag* foi usada em cada situação comunicativa investigada. De acordo com Colapietro (1989), o sufixo *sis* em *semiosis* remete à ação ou processo. O autor esclarece que na semiose há uma continuidade essencial entre o processo no qual o signo é gerado – emissão/enunciado (*utterance*) – e a atividade na qual o interpretante é captado como tal, a interpretação (*interpretation*).

Para Colapietro (1989), a especificação do objeto na semiose deve ser examinada em referência ao contexto no qual a semiose ocorre, uma vez que os interpretantes estão colateralmente relacionados em um contexto tácito fornecido pela comunidade na qual o signo opera. “O contexto é o meio pelo qual algo, o objeto, que torna o signo verdadeiro ou falso, correto ou incorreto, é identificado” (SAVAN, 1976, p. 17 apud COLAPIETRO, 1989, p. 11, tradução nossa)¹⁴. Assim, a “prova” referenciada (objeto) na *hashtag* (signo) pode estar vinculada a um contexto comunicacional ampliado, compondo uma rede (interpretantes) em constante transformação (semiose).

A semiose de #CadêAProva demonstra como o contexto de interpretação incide em seus significados, consolidando-os ou revisando-os

14 “The context is the medium through which something, the object, which makes the sign true or false, correct or incorrect, is identified”

conforme a comunidade que se forma em seu entorno. Nos dias 18 e 19 de outubro de 2018, coletamos 10.474 *tweets* com a *hashtag* #CadêAprova, mas nem todos abordavam a denúncia publicada pelo jornal *Folha de S. Paulo* no dia 18. O nome de Lula apareceu 2.668 vezes nesse recorte empírico, o que demonstra a sobreposição das duas narrativas principais delineadas por essa *hashtag* ao longo de 2018. Na coleta realizada em 14 de novembro, data do primeiro depoimento de Lula à juíza Gabriela Hardt após sua prisão, observou-se a emergência da *hashtag* #CadêAprova-Contralula associada à #CadêAprova como forma de restringir o campo semântico dessa *hashtag*, conforme prescreve a operação semiótica de determinação.

O contexto de significação, portanto, é fundamental no curso da semiose da *hashtag*. Quando usada em conexão com #LulaLivre, a *hashtag* #CadêAprova faz referência à defesa do ex-presidente, remontando ao universo narrativo do julgamento de Lula. Porém, quando associada à *hashtag* #Marketeiros-DoJair, constatamos seu sentido favorável à campanha de Bolsonaro nas eleições 2018, após denúncia do jornal *Folha de S. Paulo*.

A capacidade semiótica que essa *hashtag* apresenta de agregar sentidos variados

é proeminentemente simbólica porque o símbolo mantém com o objeto uma relação de abstração e com o interpretante uma relação de regularidade de ação, um hábito. Símbolos são genéricos e em si mesmo são uma regularidade (legissigno) que se manifesta em situações singulares (sinsignos), as quais são passíveis de observação porque incorpora qualidades (qualisignos). A plasticidade do símbolo conforma tendência à mudança, por isso a semiose se expande por meio de símbolos (COLAPIETRO, 1989). Esse processo é evidenciado quando há mudança nos hábitos interpretativos, tal como se observa na semiose de #CadêAprova.

De acordo com Almeida (2018), ao assumirem a forma de símbolos, as *hashtags* fixam o objeto ao qual se referem no imaginário coletivo. É exemplo disso a expansão transmídia de #CadêAprova, cujo predomínio simbólico é perceptível no modo pelo qual pessoas públicas e celebridades mobilizaram a atividade comunicacional do recorte empírico analisado. Essas personalidades são símbolos porque representam, por convenção social, os partidos políticos e os candidatos que apoiam.

Na narrativa coletiva produzida no *Twitter* em torno do julgamento de Lula, a postagem utilizando a *hashtag* #CadêAprova com maior

número de interações foi realizada por Gleisi Hoffmann¹⁵ no dia 17 de janeiro de 2018, a qual trazia um vídeo com o depoimento do ator Osmar Prado questionando a falta de provas contra Lula. Foram 14 mil comentários, 50 mil compartilhamentos e 2,2 milhões de visualizações. O vídeo recebeu 30 mil curtidas (polegares), 3,6 mil corações, 2,1 mil risos, 498 expressões de raiva, 243 de espanto e 65 de tristeza. Em sua maioria, os compartilhamentos endossaram o conteúdo da postagem, atuando como signos mediadores que reforçavam a crença comum delineada em torno de #CadêAProva. Os *emojis*, por sua vez, revelaram uma disputa sígnica, sobretudo entre corações (sentimento favorável) e risos (ironia).

Já na coleta de dados realizada no *Twitter* relativa à denúncia do jornal *Folha de S. Paulo*, o cantor Lobão e o escritor Flavio Morgenstern apareceram como disseminadores de *hashtags* favoráveis a Bolsonaro no período investigado. Às 15h29 do dia 18 de outubro, Morgenstern incentivou a campanha de compartilhamento da *hashtag* #CadêAProva com o intuito de alcançar os *trends* do *Twitter*, conforme ele mesmo anunciou em seu *post*. Após 20

minutos, ele voltou a fazer um apelo aos seus seguidores pelo *Twitter*, pois a *hashtag* ocupava a nona posição e ainda poderia subir no *ranking*. Às 20h40, a *hashtag* chegou ao segundo lugar, substituindo a *hashtag* #MarketeirosdoJair que ocupava esta posição inicialmente. Constatamos, então, que o esforço coletivo para impulsionar #CadêAProva tinha por objetivo reforçar a crença configurada em torno de #MarketeirosdoJair, uma vez que ambas conotavam sentido de apoio a Bolsonaro.

Também no dia 18, o *Folha de S. Paulo* publicou a reportagem *Joalheria quer competir com obras de arte pelo bolso dos super-ricos*¹⁶, que continha a palavra *bolso*, similar a *Bolsonaro*. No dia 24¹⁷, o jornal retomou essa reportagem para apresentar suspeita de que robôs pró-Bolsonaro responderam a esta reportagem no *Twitter* com *hashtags* como #CadêAProva, #FolhaFakeNews e #MarketeirosdoJair, entre outras. O esforço repetitivo característico dos robôs é de natureza indicial, mas incide na configuração simbólica do encadeamento de *hashtags* como espécies de réplicas (sinsigno) que enfatizam o significado geral (legissigno) que tal encadeamento simboliza. De acordo

15 Deputada federal e presidente nacional do PT na época.

16 Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/joalheria-quer-competir-com-a-arte-pelo-bolso-dos-superricos.shtml>>. Acesso: 20 fev. 2019.

17 Disponível em: <https://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2018/10/24/folha-publica-palavras-bolso-e-bolovo-no-twitter-e-respostas-sugerem-acao-de-robos-pro-bolsonaro/?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha>. Acesso: 20 fev. 2019.

com Colapietro (1989), o símbolo se relaciona ao objeto dinâmico em virtude de uma lei, isto é, uma disposição para o agir. Por causa disso é essencial em dinâmica de ativismo transmídia. Mas, para operar como signo, precisa ser reconhecido como tal e, para isso, demanda fundamentos icônicos (semelhança) e indiciais (rastros existenciais ou referenciais).

Em domínio de primeiridade¹⁸, o signo se apresenta como um ícone em relação ao objeto, remetendo a uma mera qualidade de sentimento. O ícone é fundamental para a comunicação, posto que pode fornecer uma ideia por meio de semelhanças e analogias, porém sem conexão dinâmica com o objeto. Por nunca se apresentar em estado puro, é referenciado como hipoícone em três níveis distintos, respectivamente relacionados aos domínios de primeiridade, secundidade e terceiridade: imagem, diagrama e metáfora (PEIRCE, 1931). Em domínio de secundidade, o signo é um índice porque estabelece contiguidade física com o objeto dinâmico, isto é, se apresenta como um rastro existencial que aponta diretamente para o objeto dinâmico. O índice conforma uma função de complementaridade na experiência presente (PEIRCE, 1935), sendo essencial para a operação semiótica

de determinação por singularizar ações que operam réplicas de símbolos, que são signos gerais. Em domínio de terceiridade, o símbolo opera por força de uma lei, de uma convenção (PEIRCE, 1931). Ele é um signo híbrido porque engloba a qualidade imaterial do ícone e o rastro existencial do índice para produzir uma associação de ideias gerais. Por causa disso, é essencial em dinâmica transmídia mediada por *hashtags*.

Devido à sua generalidade constitutiva, o símbolo se refere ao objeto dinâmico meramente pelo fato de ser entendido como tal (COLAPIETRO, 1989). Assim, para operar semioticamente o símbolo estabelece com o objeto dinâmico relações semióticas de denotação/extensão (*breadth*) e de conotação/profundidade (*depth*). Segundo Santaella (2005), o poder referencial do símbolo corresponde ao seu ingrediente indexical, que o torna capaz de denotar seu objeto por extensão, enquanto sua capacidade de conotação corresponde ao seu ingrediente icônico, que aprofunda sua capacidade de significação por analogia.

Na semiose de #CadêAprova, os significados são coletivamente estabelecidos em referências icônicas e indiciais que fundamentam

18 Todo o arcabouço teórico de Charles Sanders Peirce erige-se sobre a articulação lógica de suas três categorias fenomenológicas: primeiridade, domínio da qualidade; secundidade, domínio da ação; terceiridade, domínio da tendência. As três categorias são onipresentes nos fenômenos. Sobre o assunto, ver Fisch (apud KETNER & KLOESEL, 1986).

o predomínio simbólico da *hashtag*. Enquanto as referências icônicas ampliam a potencialidade semântica da *hashtag* por analogia, tal como acontecem com os *memes*, as referências indiciais atestam o objeto por denotação, tal como na suposta ação dos robôs. A dimensão simbólica da *hashtag* sintetiza em uma ideia comum essas modalidades semióticas na comunidade que se forma em torno dela em conexões *on-line/off-line*.

É ilustrativo desse cenário o conjunto de atos em favor de Bolsonaro que ocorreram nas ruas de todo o país no dia 21 de outubro, o domingo anterior às votações em segundo turno nas eleições presidenciais. Os atos de rua ironizaram as suspeitas de financiamento por empresas de disparo de mensagens contra a candidatura de Fernando Haddad (PT), denunciada no dia 18 de outubro pelo jornal *Folha de S. Paulo*. Em alguns locais, os manifestantes vestiram caixas de papelão com a inscrição “caixa 2”, em alusão à *hashtag*

#Caixa2Bolsonaro. Também usavam cartazes com os dizeres “robôs de Bolsonaro”, em alusão à *hashtag* #MarketeirosdoJair¹⁹.

A mesma dinâmica foi observada em redes sociais *on-line*. No dia 28 de outubro, data da votação em segundo turno, a 13ª imagem mais compartilhada no *WhatsApp*, conforme dados coletados na plataforma *Eleições Sem Fake*²⁰, fazia referência ao encadeamento simbólico de *hashtags* que permearam a semiose de #CadêAProva. Em alusão à candidatura de Bolsonaro, a imagem trazia o seguinte texto: “Com muito orgulho fiz parte da maior campanha eleitoral voluntária da história do Brasil”,

As ações mencionadas nas ruas e no *WhatsApp* reforçam o escopo de significação dessas *hashtags* em conexões *on-line/off-line*. Ainda que não apareçam explicitamente nessas ações, a presença dessas *hashtags* é semioticamente inferida por associação icônica. Ao remeter às características icônicas de semelhanças,

19 Sobre o assunto, ver a reportagem *Atos a favor de Jair Bolsonaro ironizam suspeita de Caixa 2*. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/atos-a-favor-de-jair-bolsonaro-ironizam-suspeita-de-caixa-dois.shtml>>. Acesso em: 20 fev. 2019.

20 A plataforma *Eleições sem Fake* foi desenvolvida pelo Prof. Fabrício Benevenuto (DCC/UFMG). Dos 3.447 links coletados nessa plataforma, 1.828 eram válidos. Porém, inicialmente, foram escolhidos os 127 mais próximos do recorte desta pesquisa, número que depois foi ampliado para 350. Foi utilizada, então, a ferramenta *WebWhatsAppAPI*, que promove a coleta de mensagens pela versão web da plataforma. O resultado da coleta foi disponibilizado em categorias, seguindo a ordem de maior ocorrência: imagens, áudios, vídeos e textos. Para investigar os desdobramentos da narrativa relativa à *hashtag* #CadêAProva, selecionamos o conteúdo coletado no dia 28 de outubro, data do segundo turno das eleições. Percebemos que a 13ª imagem mais compartilhada mostrava a atuação social na campanha de Bolsonaro, em contraponto à denúncia da compra de mensagens do candidato. Segundo Resende et al. (2018), a ferramenta é capaz de buscar grupos públicos do *WhatsApp* no *Google*, *Twitter* e *Facebook* por meio de palavras-chave relacionadas ao tema das eleições 2018.

analogias e metáforas, o símbolo aciona o significado pretendido por conotação, tal como se observa nos exemplos das ruas e do *WhatsApp*, ao passo que a dinâmica de compartilhamento dessas imagens nas conexões digitais reforça o sentido pretendido da *hashtag* por denotação, ou extensão indicial. Conjuntamente, esse processo semiótico configura a expansão da dinâmica de conexões *on-line/off-line* no âmbito do ativismo transmídia, tal como será apresentado a seguir.

A expansão da dinâmica transmídia de #CadêAProva

A dinâmica transmídia de #CadêAProva é evidenciada em ações coletivas de compartilhamento multiplataforma e em mobilizações sociais em conexões *on-line/off-line*, o que inscreve essa dinâmica no âmbito do ativismo transmídia. Esse processo é impulsionado por mediações sógnicas que se diversificam conforme os graus variados do interpretante, ou seja, do modo multifacetado pelo qual o efeito ou significado do signo se configura em processos de interpretação que envolvem tanto a referencialidade sógnica (determinação) quanto a familiaridade prévia com aquilo que o signo denota (experiência colateral), a qual associa signos à semiose e a expande reticularmente (representação).

Em conformidade com as três categorias fenomenológicas que delinea sua teoria, Peirce

propôs que o interpretante se refere à potencialidade interpretativa do signo (interpretante imediato), ao efeito produzido de fato (interpretante dinâmico) e à finalidade da ação (interpretante final). Trata-se de diferentes graus ou aspectos do interpretante, o que pressupõe uma análise lógica em razão de sua interdependência (PEIRCE, 1958). Sua formação passa pela associação a outros signos adjacentes à semiose por experiência colateral. É no âmbito do interpretante dinâmico, porém, que se processa a semiose por formação de uma rede sógnica em constante expansão (PARMENTIER, 1985). Esse processo se estabelece em referência ao objeto, conforme a operação semiótica de determinação, sem comprometer a capacidade criativa da semiose, relativa à operação semiótica de representação. A expansão da semiose, portanto, deriva das relações lógicas que se estabelecem entre os vários graus ou aspectos do interpretante, razão pela qual deve-se compreender esse processo para aferir a dinâmica de expansão do ativismo transmídia em estudo.

O interpretante imediato (domínio de primeiridade) refere-se às possibilidades de significação que emana do signo. Já o interpretante dinâmico se caracteriza como o elemento volicional da interpretação (secundidade), sendo o efeito real e particular do signo, que resulta em seu significado psicológico (PEIRCE, 1958). O encadeamento de interpretantes dinâmicos

seria influenciado pelo interpretante final, que se constitui numa função normativa para o aprimoramento lógico do signo, jamais plenamente alcançável.

O efeito prático de um signo (interpretante dinâmico) pode ser um sentimento (interpretante emocional), esforço (interpretante energético) ou hábito (interpretante lógico). Segundo Santaella (2005), o interpretante emocional refere-se ao sentimento que surge como efeito da apreensão qualitativa do signo, podendo ser o único significado produzido. O interpretante energético refere-se ao esforço contínuo e persistente de assimilação, seja físico ou mental, sendo também um ato singular. Aqui, existe o emprego de energia para acionar a percepção e gerar atos de imaginação. Já o interpretante lógico promove a interpretação do signo por meio de uma regra de ação adotada pelo intérprete. O interpretante lógico configura um hábito de ação que se traduz em padrão capaz de gerar resultado preditivo. A partir do momento em que são apropriados, poderão ser repetidos indefinidamente no futuro, tal como ocorre na comunidade que se forma em torno de uma dinâmica sógnica delineada por ativismo transmídia, como é o caso da semiose da *hashtag* #CadêAProva.

É o interpretante lógico que confere regra de ação à interpretação comum de uma *hashtag*

em dinâmica semiótica de ativismo transmídia. Essa regra de ação fornece propósito ao esforço coletivo (interpretante energético) necessário à expansão transmídia da narrativa coletivamente configurada, por exemplo, em ações de compartilhamento que expandem o alcance social do significado comum pretendido. O fundamento qualitativo desse processo interpretativo em dinâmica semiótica de ativismo transmídia corresponde a uma espécie de empatia com o enunciado coletivo sintetizado pela referida *hashtag*. O processo se especifica em cada interpretante efetivamente gerado (interpretante dinâmico) porque a mente interpretadora, que pode ou não ser humana, aciona um conjunto específico de signos adjacentes por experiência colateral. Assim, é a experiência colateral que leva ao crescimento contínuo e criativo da semiose.

No contexto de ativismo transmídia investigado, compreendemos a experiência colateral como um conjunto específico de signos acionados em cada contexto comunicacional. Tão mais sofisticado será tal conjunto sógnico, quanto maior for o engajamento da mente interpretadora relativamente ao propósito do enunciado. De acordo com Vieira (2013), o engajamento se manifesta como pré-disposição social para diferentes efeitos práticos em três formas básicas em evolução integrada: aderência, mobilização e ativismo. A aderência refere-se ao grau (mais baixo de comprometimento,

prevalecendo uma mera identificação temática com o evento. Na semiose, se manifesta como interpretante imediato. A mobilização ocorre quando se deflagra ações de propagação em rede, o que corresponde ao interpretante energético. Já o ativismo corresponde à concretização das estratégias anteriores voltadas para o envolvimento máximo, concentrando forças e agindo sistematicamente em prol da visibilidade da causa, tal como atua o interpretante lógico na semiose.

A expansão transmídia de #CadêAprova se processa conforme esse processo interpretativo lógico. Não é possível captar a ação interpretativa em cada ação comunicativa, mas é possível inferi-la pelos rastros sígnicos que ela deixa na rede analisada na forma de acessos, reações por *emojis*, comentários e compartilhamentos. Tais rastros, porém, operam como signos na tríade sígnica subsequente, a qual tem por referência (objeto) aquilo que na tríade sígnica anterior ocupou o lugar lógico do efeito (interpretante). Assim, a expansão transmídia de #CadêAprova não pode ser compreendida somente por aquilo que é visível no fragmento analisado da rede sígnica que a *hashtag* delinea, pois a sua capacidade de afetação aciona graus variados de interpretante que permanecem velados, embora sejam bastante ativos na dinâmica transmídia investigada. É justamente aí, naquilo que não é visível, mas inferível pela

semiose, que reside a capacidade criativa da dinâmica de ativismo transmídia delineada por #CadêAprova.

Considerações finais

As *hashtags* cumpriram relevante função mediadora na rede discursiva, fragmentada e plural, que se formou nas conexões *on-line/off-line* em torno das eleições presidenciais de 2018 no Brasil. Nesse cenário, #CadêAprova se destacou por ter mobilizado acirradas disputas sígnicas pelo valor da verdade em contextos variados de significação, demonstrando enorme capacidade de expansão transmídia. Trata-se de uma dinâmica transmídia porque envolve múltiplas plataformas, linguagens variadas e se propaga por expansão criativa em conexões *on-line/off-line*. Em cada contexto enunciativo, a *hashtag* estabeleceu parâmetros específicos de significação, sendo utilizada tanto para endossar posicionamentos políticos favoráveis a Lula quanto a Bolsonaro, personagens que representavam polos opostos no espectro político nacional em 2018.

Para desvendar o processo de resignificação de #CadêAprova em rede discursiva fragmentada e plural, utilizou-se recursos analíticos capazes de avaliar os interstícios e lacunas dessa tessitura sígnica, buscando não apenas caracterizar aquilo que era visível no *corpus*, mas também – ou principalmente – aquilo que era apenas significamente inferível. Com

base na noção peirceana de semiose, buscou-se identificar como a *hashtag* revelava suas referências sógnicas em cada situação comunicativa e de que modo convocava a adesão social necessária à sua expansão transmídia.

Constatou-se que a *hashtag* operou semioticamente em predomínio simbólico, o que foi perceptível não apenas em sua relação de abstração com o objeto e de regularidade de ação com o interpretante, como também por sua atividade comunicacional, predominantemente impulsionada por políticos e celebridades. Como o símbolo é um signo híbrido, seus ingredientes indiciais denotavam o objeto por contiguidade (extensão), tal como na suposta ação de robôs mencionada no texto, enquanto os ingredientes icônicos conotavam o objeto por analogia e metáfora (profundidade), tal como no caso da propagação de *memes* e de imagens afins compartilhadas em conexões *on-line/off-line*. Em cada contexto de significação a *hashtag* assumia contornos semânticos específicos, variando em função da experiência colateral que incide criativamente no curso de sua semiose.

Observou-se que mobilizações de rua em várias cidades do país no domingo anterior à votação em segundo turno remeteram, por analogia, ao universo semântico de *hashtags* associadas a #CadêAProva, as quais foram usadas em favor do então candidato Jair

Bolsonaro (PSL). Uma das imagens mais compartilhadas no *WhatsApp* no dia da votação em segundo turno utilizava o mesmo procedimento semiótico em favor de Bolsonaro. Por outro lado, cada manifestação sógnica que endossava o significado mediado por #CadêAProva, operava na rede investigada como uma espécie de réplica (índice) que concretizava sua expansão semântica em dinâmica transmídia.

O efeito gerado em cada situação comunicativa (interpretante dinâmico) ou potencialmente gerado (interpretante imediato) conforme o propósito do enunciado coletivo mediado por essa *hashtag* (interpretante final) pode ser inferido pelas formas de engajamento que a dinâmica transmídia da *hashtag* aciona ao longo de sua semiose. Assim, relacionamos engajamento à experiência colateral e a aferimos por aderência (interpretante emocional), mobilização (interpretante energético) e ativismo (interpretante lógico).

Por apresentar função mediadora predominantemente simbólica, #CadêAProva mantém com suas referências contextuais (objeto) uma relação de abstração que é preenchida de sentido pela ação representativa do interpretante. Este estabelece uma relação de regularidade de ação, um hábito, daí o ativismo operar como um hábito de ação (interpretante lógico) na semiose de #CadêAProva.

Referências

- ALMEIDA, Ana Lia Vanderlei de. . A prisão de Lula e a crença na “justiça verdadeira”: reflexões sobre o lugar do direito na reprodução da sociedade de classes. **Revista Direito e Práxis**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 1598-1620, jul./set. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/2179-8966/2018/36553>
- ALMEIDA, Cândida. Hashtags: batalhas simbólicas na política. **Sociotramas**, 2018. Disponível em: <<https://sociotramas.wordpress.com/2018/09/27/hashtags-batalhas-simbolicas-na-politica/>>. Acesso em: 09 out. 2018.
- ALZAMORA, Geane. A semiotic approach to transmedia storytelling. In: FREEMAN, Matthew; GAMBARATO, Renira. (Ed.). **The Routledge Companion to Transmedia Studies**: Routledge Media and Cultural Studies Companions. New York and London: Routledge, 2018. p. 438-446.
- ALZAMORA, Geane.; ANDRADE, Luciana. A representação do Impeachment Day mediada por hashtags no Twitter e no Facebook: semiose em redes híbridas. **Revista Interin**. Curitiba, v. 21. n. 2, p. 100-121, jul./dez. 2016. Disponível em: <http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/478/pdf>. Acesso em: 17 set. 2019.
- ALZAMORA, Geane.; ANDRADE, Luciana. A dinâmica transmídia de fake news conforme a concepção pragmática de verdade. **Matrizes**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 109-131, 2019. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p109-131>
- ANDRADE, Luciana. **A função mediadora das hashtags no processo de impeachment de Dilma Rousseff**: semiose e transmídia. 2019. 289 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social)–Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.
- BERNARDO, André. Qual foi a primeira hashtag? E a primeira nos Trending Topics?. **Revista Super Interessante**, 4 jul. 2019. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-foi-a-primeira-hashtag-e-a-primeira-nos-trending-topics/>>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- BORGES, André; VIDIGAL, Robert. Do lulismo ao antipetismo? Polarização, partidarismo e voto nas eleições presidenciais brasileiras. **Opinião Pública**, v. 24, n. 1, p. 53-89, 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/1807-0191201824153>
- BROUGH, Melissa; SHRESTHOVA, Sangita. Fandom meets activism: rethinking civic and political participation. **Transformative Works and Fan Activism**, v. 10, p. 01-08, 2012. <https://doi.org/10.3983/twc.2012.0303>
- BÜLOW, Marisa. v.; DIAS, Tayrine. O ativismo de hashtags contra e a favor do impeachment de Dilma Rousseff. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 120, p. 5-32, 2019. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/rccs/9438>>. Acesso em: 22 dez. 2019.
- CAPPELLINI, Benedetta ; KRAVETS, Olga; REPEL, Alex. Shouting on Social Media? A Borderscapes Perspective on a Contentious Hashtag. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 145, p. 428-437, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.016>
- COLAPIETRO, Vincent. **Peirce's Approach to the Self**: A Semiotic Perspective on Human Subjectivity. New York: State University of New York Press, 1989.

COSTA-MOURA, Fernanda. Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos.

Ágora, Rio de Janeiro, v. 17, no. spe., p.141-158, 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S1516-14982014000300012>

COSTANZA-CHOCK, Sasha. **Se Ve, Se Siente:** Transmedia Mobilization in the Los Angeles Immigrant Rights Movement. Charleston: BiblioBazaar, 2011.

COSTANZA-CHOCK, Sasha. **Out of the Shadows, into the Streets!** Transmedia Organizing and the Immigrant Rights Movement. Cambridge: MIT Press, 2014.

D'ANDREA, Carlos; ALZAMORA, Gelane; ZILLER, Joana. Hashtags as Intermedia Agency Resources before FIFA World Cup 2014 in Brazil. In: RAMBUKANA, N athan. (Org.). **Hashtag Publics: The Power and Politics of Discursive Networks**. 1. ed. New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2015. p. 115-126.

HOUGAARD, Tina. Hashtags: a New Textual Construct. **Rask**, International journal of language and communication, v. 44, n. 1, p. 57-73, 2016.

HUSSON, Anne Charlotte . #ThéorieDuGenre, #Gender: deux hashtags à rôle argumentatif. **(Dis)cursives: Linguistique discursive, études de genre, féminisme**, 2015. Disponível em: <<https://cursives.hypotheses.org/170>>. Acesso em: 11 dez. 2018.

JEFFARES, Stephen . **Interpreting Hashtags Potics: Policy Ideas in an Era of Social Media**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

JENKINS, Henry. Strangers No More, We Sing: Filking and the Social construction of the Science Fiction Fan Community. In:

LEWIS, Lisa. **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. London, New York: Routledge, 1992. p. 208-236. <https://doi.org/10.4324/9780203181539>

JENKINS, Henry. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press, 2006.

JENKINS, Henry. Youth Voice, Media, and Political Engagement. Introducing the Core Concepts. In: JENKINS, Henry; SHRESTHOVA, Sangita.; GAMBERTHOMPSON, Liana; KLIGLER-VILENCHIK, Neta; ZIMMERMAN, Arely . **By Any Media Necessary: The New Youth Activism**. New York: New York University Press, 2016, p. 1-60.

KETNER, Kenneth ; KLOESEL, Christian . (Org.). **Peirce, Semeiotic, and Pragmatism: Essays by Max H. Fisch**. Bloomington: Indiana University Press, 1986.

KINDER, Marsha. **Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles**. Berkeley: University of California Press, 1991.

LAUCUKA, Aleksandra . Communicative Functions of Hashtags. **Economics and Culture** v. 15, n. 1, 2018, p. 56-62. <https://doi.org/10.2478/jec-2018-0006>.

LYCARIÃO, Diógenes ; SANTOS, Marcelo. Brindging Semantic and Social Network Snalyses: the Case of the Hashtag #precisamosfalarsobreaborto (We Need to Talk about Abortion) on Twitter. *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 3, p. 368-385, 2017. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2016.1168469>>. Acesso em: 26 dez. 2019.

MALINI, Fábio. A batalha do vinagre: por que o #protestoSP não teve uma, mas muitas hashtags. **Blog do LABIC**, 2013. Disponível em: <<http://www.labic.net/cartografia/a-batalha-do-vinagre-por-que-o-protestosp-nao-teve-uma-mas-muitas-hashtags/>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

MALINI, Fábio.; ANTOUN, Henrique.

A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MALINI, Fábio.; CIARELLI, Patrick; MEDEIROS, Jean. O sentimento político em redes sociais: big data, algoritmos e as emoções nos tweets sobre o impeachment de Dilma Rousseff. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.13, n. 2, p. 323-342, 2017. <http://dx.doi.org/10.18617/liinc.v13i2.4089>.

MOURA, Maria Aparecida. The Definition of Subject in Times of Hashtag Activism: Documentary Discourse and Discursive Indexing in Dynamic Infomational Environments. In: EL HADI, W. (Org.). **Fodements épistémologiques et théorique de la Science de l'information-documentation**. 1. ed. London: Iste Editions, 2018. p. 394-402.

PARISER, Eli. **O filtro invisível:** o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PARMENTIER, Richard. Sign's Place in Media Res: Peirce's Concept of Semiotic Mediation. In: MERZ, E.; PARMENTIER, Richard (Ed.). **Semiotic Mediation**. Orlando: Academic Press, 1985. p. 23-48.

PEIRCE, Charles Sanders. **The Collected Papers of Charles S. Peirce**. Edição eletrônica Vols. I-III. C. HARTSHORNE & P. WEISS. (Ed.). Cambridge: Harvard University, 1931

PEIRCE, Charles Sanders. **The Collected Papers of Charles S. Peirce**. Edição eletrônica Vol. IV-VI. C. HARTSHORNE & P. WEISS. (Ed.). Cambridge: Harvard University, 1935.

PEIRCE, Charles Sanders. **The Collected Papers of Charles S. Peirce**. Edição eletrônica Vols. VII-VIII A. W. BURKS. (Ed.). Cambridge: Harvard University, 1958.

RAMBUKKANA, Nathan. Introduction: Hashtags as Technosocial Events. In: RAMBUKKANA, Nathan. (Org.). **Hashtag Publics: the Power and Politics of Discursive Networks**. 1. ed. New York: Peter Lang Publishing, Inc., 2015. p. 1-12.

RECUERO, Raquel. **ARS:** a escalada dos protestos no Brasil. 2013. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/06/ars-a-escalada-dosprotestos-no-brasil.html>>. Acesso em: 08 set. 2019.

RESENDE, Gustavo. et al. A System for Monitoring Public Political Groups in WhatsApp. In: MULTIMEDIA, 18., Salvador, 2018. **Anais...** Salvador: UFMG, 2018. Disponível em: <<https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/webmedia2018-whatsapp.pdf>>. Acesso em: 21 jan. 2019.

RIBEIRO, Luis Guilherme, LASAITIS, Cristina, GURGEL, Lígia. Bolsonaro Zuero 3.o: um estudo sobre as novas articulações do discurso da direita brasileira através das redes sociais. **Anagrama**, v. 10, n. 2, p. 1-16, 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/anagrama/article/view/118020>>. Acesso em: 18 dez. 2019.

SALGADO, Marcelo. Polarização ideológica, filtros-bolha e algoritmos nas redes digitais. **Sociotramas**, 2018. Disponível em: <<https://sociotramas.wordpress.com/2018/07/30/>>

polarizacao-ideologica-filtros-bolha-e-algoritmos-nas-redes-digitais/>. Acesso em: 01 set. 2019.

SANTAELLA, Lúcia. What is a Symbol. **SEED Journal: Semiotics, Evolution, Energy, and Development**, v. 5, n.1, p. 54-60, 2005. Disponível em: <<http://see.library.utoronto.ca/SEED/Vol3-3/Santaella.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2019.

SAVAN, David. **An Introduction to C. S. Peirce's Full System of Semiotic**. Toronto: Victoria College of the University of Toronto, 1976.

SRIVASTAVA, Lina. **The Opportunities of Narrative: Story-Based Impact**. 2014. Disponível em: <<http://archiv.recampaign.de/wp-content/uploads/2015/02/214227049-Presentation-Srivastava-ReCampaign-2014.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2019.

SRIVASTAVA, Lina. **Transmedia Activism: Telling Your Story Across Media Platforms to Create Effective Social Change**. 2009. Disponível em: <http://www.mediareights.org/news/Transmedia_Activism_Telling_Your_

[Story_Across_Media_Platforms_to_Create_Eff](http://www.mediareights.org/news/Transmedia_Activism_Telling_Your_Story_Across_Media_Platforms_to_Create_Eff)>. Acesso em: 30 jul. 2018.

SUNSTEIN, Cass. **#Republic**. Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton: Princeton University Press, 2017.

VIEIRA, Vivian. O papel da comunicação digital na Primavera Árabe: apropriação e mobilização social. In: CONGRESSO DA COMPOLÍTICA, 5., 2013, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2013. Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT05-Comunicacao-e-sociedade-civil-VivianPatriciaPeronVieira.pdf>>. Acesso em 21 jul. 2019.

YANG, Guobin . Narrative Agency in Hashtag Activism: the Case of #BlackLivesMatter. **Media and Communication**, v. 4, n. 4, p. 13-17, 2016. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>

ZAPPAVIGNA, Michele. Searchable Talk: The Linguistic Functions of Hashtags. **Social Semiotics**, v. 25, n. 3, p. 274-291, 2015. <https://doi.org/10.1080/10350330.2014.996948>.

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa: *A dinâmica transmídia mediada por hashtags em conexões de redes sociais on-line: agenciamentos semióticos e sociotécnicos em contextos de grande mobilização social.*

Fontes de financiamento: (Bolsa Produtividade em Pesquisa Nível 2 – PROCESSO: 311474/2019-5).

Considerações éticas: Não se aplica.

Declaração de conflito de interesses: Não se aplica.

Apresentação anterior: Uma versão anterior do artigo foi apresentada no XXVIII evento da Compós, realizado em Porto Alegre, em junho de 2019.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: Agradecemos aos colegas do GT Práticas Interacionais, Linguagens e Produção de Sentido na Comunicação (Compós/2019), assim como aos pareceristas da e-Compós, pelas considerações que resultaram no aprimoramento do texto.

Transmedia activism in the 2018 elections in Brazil: the semiosis of #CadêAProva [#WhereIsTheProof]

Abstract:

The hashtag #CadêAProva emerged during Lula's trial in January 2018 and was appropriated by supporters of Jair Bolsonaro's candidacy in the presidential election. Through collection on social networks, we verified this process of resignification, characterized here as transmedia activism because it involves social mobilization in online/offline connections. Given this, we seek to understand what characterizes #CadêAProva's semiosis and how this process reveals unique aspects of transmedia activism in the context of Brazil's presidential election in 2018. As a result, the transmedia resignification of the narrative mediated by #CadêAProva occurred through the hybrid set of signs able to potentiate the symbolic chain of hashtags and thereby promote engagement by adherence (emotional interpretant), mobilization (energetic interpretant) and activism (logical interpretant).

Keywords:

Transmedia Activism. Semiosis.
Elections. Hashtags. Interpretants.

Activismo transmedia en las elecciones 2018 en Brasil: #CadêAProva Semiosis

Resumen:

El hashtag #CadêAProva surgió durante el juicio de Lula en enero de 2018 y fue apropiado por los partidarios de la candidatura de Jair Bolsonaro en las elecciones presidenciales. Mediante la recopilación en las redes sociales en línea, verificamos este proceso de resignificación, caracterizado aquí como activismo transmedia porque implica la movilización social en conexiones en línea/fuera de línea. Ante esto, buscamos comprender qué caracteriza la semiosis de #CadêAProva y cómo este proceso revela aspectos únicos del activismo transmedia en el contexto de las elecciones presidenciales de Brasil en 2018. Como resultado, la resignificación transmediática de la narrativa mediada por #CadêAProva se produjo a través del conjunto híbrido de signos capaces de potenciar la cadena simbólica de los hashtags y, por lo tanto, promover el compromiso mediante la adherencia (interpretante emocional), la movilización (interpretante energético) y el activismo (interpretante lógico).

Palabras clave:

activismo transmedia. Semiosis.
Elecciones. Hashtags. Interpretantes.

Geane Carvalho Alzamora

Doutora em Comunicação e Semiótica pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Co-líder do grupo de pesquisa Conexões Intermídia (CNPq/UFMG). Bolsista de Produtividade em Pesquisa Nível 2 (Processo: 311474/2019-5)
Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil
E-mail: geanealzamora@ufmg.br
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2994-8308>

Luciana Andrade Gomes Bicalho

Doutora em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Professora da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e do Centro Universitário UniBH.
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil
E-mail: lucianadrade@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6740-9463>

Contribuição dos autores

Concepção e desenho do estudo: Geane Alzamora, Luciana Andrade.

Aquisição, análise ou interpretação dos dados: Geane Alzamora, Luciana Andrade.

Redação do manuscrito: Geane Alzamora, Luciana Andrade.

Revisão crítica do conteúdo intelectual: Geane Alzamora, Luciana Andrade.