

ATIVISMO TRANSMÍDIA NAS ELEIÇÕES 2018 NO BRASIL: a semiose de #CadêAProva¹ TRANSMEDIA ACTIVISM IN THE 2018 ELECTIONS IN BRAZIL: the semiosis of #CadêAProva [#WhereIsTheProof]

Geane Carvalho ALZAMORA²
Luciana ANDRADE Gomes Bicalho³

Resumo: *A hashtag #CadêAProva surgiu durante o julgamento de Luiz Inácio Lula da Silva, em janeiro de 2018, para contestar a veracidade das acusações contra o ex-presidente. Entretanto, durante a eleição presidencial no Brasil, em outubro de 2018, a hashtag foi ressignificada pelos apoiadores à candidatura de Jair Bolsonaro para refutar o suposto esquema de compra de mensagens no WhatsApp contra o PT, noticiado pelo jornal Folha de S. Paulo. Por meio de coleta nas redes sociais online, verificamos o processo de ressignificação dessa hashtag, aqui caracterizado como ativismo transmídia por envolver mobilização social em conexões online/offline. Os resultados apontam que a ressignificação transmidiática da narrativa coletiva mediada por #CadêAProva ocorreu mediante 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.*

Abstract: *The hashtag # CadêAProva [#WhereIsTheProof] was created during the trial of Luiz Inácio Lula da Silva in January 2018 to question the veracity of the accusations against the former president. However, during the presidential election in Brazil in October 2018, the hashtag was appropriated by supporters of Jair Bolsonaro's candidacy to refute the alleged WhatsApp message-buying scheme against PT, reported by Folha de S. Paulo newspaper. Through collecting data on social networks, we identify the process of re-signification of this hashtag, here characterized as transmedia activism because it involves social mobilization in online/offline connections. The results point out that the transmedia re-signification of the collective narrative mediated by #CadêAProva took place through a hybrid set of signs capable of potentiating the symbolic chaining of hashtags and, therefore, promoting engagement through accession (emotional interpretant), mobilization (energetic interpretant) and activism (logical interpretant).*

Keywords: *Transmedia Activism. Semiosis. Elections.*

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Práticas Interacionais e Linguagens na Comunicação do XXVIII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS, 11 a 14 de junho de 2018.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC SP), geanealzamora@ufmg.br.

³ Professora do Instituto de Educação Continuada (IEC) da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Doutora em Comunicação Social (UFMG), lucianadrade@gmail.com.

1. Introdução

As *hashtags* têm sido largamente utilizadas para demarcar posicionamentos afins em contextos variados de mobilização sociopolítica. Para Michele Zappavigna (2015) e Aleksandra Laucuka (2018), elas são recursos semióticos capazes de interpretar uma variedade de significados complexos em redes sociais online. A função comunicativa do *hash* (#) é operar como um marcador contextual na geração de rede de interesses comuns (HOUGAARD, 2016). Por sua capacidade de criar significados em rede, Tina Hougaard (2016) 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 dependente do contexto ao qual está vinculada para produzir sentido. Ademais, apesar de terem sido criadas como ferramentas de monitoramento nas redes sociais online, tendo o *Twitter* como plataforma inicial de atuação⁴, o uso social promoveu o aprimoramento de sua função comunicativa em perspectiva multiplataforma, criando conexões sgnificas entre ambientes online e offline.

Guobin Yang (2016) ressalta o crescimento de um “ativismo de *hashtag*” (*hashtag activism*), o qual influencia a agenda pública com o intuito de dar visibilidade às causas ativistas. Segundo Anne Husson (2015), esse tipo de *hashtag* pode assumir o estatuto de “palavra-argumento” por abarcar conteúdos metadiscursivos em torno de questões sociais e políticas no cenário midiático contemporâneo. Para Benedetta Cappellini, Olga Kravets e Alex 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 por meio do uso social de *hashtags*, mas de acionar um universo simbólico a partir do engajamento social mediado por elas.

A dinâmica comunicacional das *hashtags* é marcada por colaboração, solidariedade e confronto, pois elas configuram espaços interacionais fluidos, transitórios e, eventualmente, contraditórios. Zappavigna (2015) argumenta que as trocas relacionais por meio de *hashtags*

⁴ As *hashtags* surgiram em 2007 no *Twitter* para agregar conteúdos afins. Em 2008 surgiram os *Trending Topics*, mas só em 2009 se tornaram *links* que levariam a interfaces de busca. Outras redes sociais online também passaram a utilizar as *hashtags*, como o *Instagram*, em 2010, e o *Facebook*, em 2013. Sobre o assunto ver BERNARDO (2018) e ANDRADE (2019).

acontecem sob afiliação ao ambiente midiático, visto que, mesmo que os usuários nunca tenham interagido offline, eles são envolvidos na criação de uma rede comum de sentidos quando utilizam uma *hashtag* comum. Esse processo comunicacional depende do movimento e atualização constantes dos usuários e da regência algorítmica das plataformas digitais, que utilizam os ‘filtros-bolha’⁵ para assinalar a relevância de determinados conteúdos (PARISER, 2012).

As *hashtags* podem ser compreendidas como elementos relevantes na construção de universo narrativo multiplataforma que se expande mediante ações humanas e maquímicas integradas e afins. Muito utilizadas em situações comunicacionais relacionadas a mobilizações sociais nas ruas, as *hashtags* permitem a expansão da informação local para o global, uma característica marcante do ativismo transmídia, tal como apresentado por Lina 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 sgnicas pelo valor da verdade, em especial quando associada a outras *hashtags*, demonstrando enorme capacidade de expansão transmidiática. 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?

2. Ativismo transmídia em torno de #CadêAProva

Ativismo transmídia diz respeito ao uso coletivo de variadas plataformas de mídia para impulsionar fluxo de conteúdos afins voltados para certa transformação da realidade, de modo a promover múltiplas entradas dentro da narrativa determinante (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* (2006)⁶. Trata-se de uma modalidade de narrativa transmídia cuja articulação

⁵ Nas redes sociais online, 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).

⁶ A noção de transmídia foi proposta por Marsha 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. A autora percebeu que esse tipo de audiência é instigada a percorrer várias plataformas de mídia para consumir conteúdos fragmentados da narrativa determinante, contribuindo para a vitalidade e expansão da franquia comercial.

coletiva de conteúdos tem por finalidade potencializar processos de geração de consciência, engajamento, ação e estruturação de mudanças.

Dentro da vertente de mobilização na dinâmica transmídia, Srivastava (2009, 2014) e Sasha Costanza-Chock (2011, 2014) pesquisam a utilização de múltiplas plataformas e linguagens para promover causas ativistas. Apesar de assinalarem diferenças na utilização conceitual⁷, ambas identificam 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 online e offline. 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 online, 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 online/offline. Segundo Marcelo Salgado (2018), o termo polarização tem origem francesa e surge como reflexo do acirramento de diferenças, especialmente no que tange a aspectos político-ideológicos. André Borges e Robert 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 por grupos concorrentes para sintetizar posicionamentos afins em expansão transmidiática.

É o caso de #CadêAProva, recorte empírico deste estudo. Essa *hashtag* promoveu a configuração reticular de sentidos, muitas vezes contraditórios, no contexto das eleições

⁷ 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.

presidenciais de 2018. Ela foi inicialmente 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 07 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, 2018). A estratégia do Partido dos Trabalhadores (PT) era dar visibilidade à narrativa da defesa do ex-presidente nas redes sociais online. Um dos argumentos apresentados era que o julgamento seria uma forma de coibir a candidatura de Lula ao governo federal nas eleições de 2018. 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 online, 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, disputando a vitória com Jair Bolsonaro do Partido Social Liberal (PSL). Nesse período, as redes sociais online foram fortemente utilizadas como ferramentas estratégicas de campanha política pelos adversários, sobretudo pelas disputas sîgnicas em torno do uso social de *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 militar, pois Bolsonaro e seu vice, Hamilton Mourão, são militares da reserva do Exército Brasileiro.

No dia 18 de outubro de 2018, dez dias antes do segundo turno das eleições, a jornalista Patrícia Campos Mello, do jornal Folha de S. Paulo, publicou reportagem que denunciava suposto esquema ilegal de envio de mensagens contra o PT no *WhatsApp*⁸. Segundo a reportagem, empresários apoiadores de Bolsonaro desembolsaram cerca de 12 milhões de

⁸ Informação disponível em: <http://bit.ly/2GsVgRe>.

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, 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 uma investigação do TSE em relação à denúncia do jornal Folha de São 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 sua produção de sentido, inicialmente vinculada à figura de Lula. Em razão 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 representado. A estratégia teve como foco dar visibilidade ao primeiro depoimento de Lula⁹, depois de sua prisão, à juíza Gabriela Hardt, sucessora de Sérgio Moro que estava em período de férias¹⁰. 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”¹¹, que oferece *cards* com a *hashtag* para impressão e uso nos

⁹ Informação disponível em: <https://glo.bo/2BOoRAK>.

¹⁰ Em 2019, Sérgio Moro assumiu o cargo de Ministro da Justiça e Segurança Pública do governo de Bolsonaro.

¹¹ Disponível em: <http://cadeaprovacontralula.com.br/>.

protestos de rua. Todos os modelos visuais ofertados contêm o selo da campanha com a inscrição “Cadê a prova?” e a *hashtag* #CadêAProvaContraLula. Em contraponto, os apoiadores à prisão de Lula criaram a *hashtag* #SomosTodasGabrielaHardt para valorizar o papel da juíza no processo.

As disputas sógnicas 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 Melissa Brough e Sangita 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 online, 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 meio da ferramenta *Tags*¹² coletamos 24.772 *tweets* no dia 24/01 e 10.462 *tweets* entre os dias 18 e 19/10. Utilizamos o programa *Socioviz*¹³ 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*, recorremos à

¹² Disponível em <https://tags.hawksey.info/get-tags/>.

¹³ Disponível em: <http://socioviz.net/SNA/eu/sna/login.jsp>

plataforma Eleições Sem *Fake*¹⁴, 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.

Como suporte teórico-metodológico, utilizamos a semiótica peirceana para examinar os mecanismos de mediação da *hashtag* #CadêAProva na perspectiva de ativismo transmídia. Como o conceito de semiose e transmídia estão calcados na ideia de fluxo, esse processo diz respeito ao campo das associações sógnicas e pode ser investigado como um sistema de significação. Dentro do ativismo transmídia, a semiótica peirceana pode contribuir para descrever o aprimoramento pragmático dessa dinâmica em permanente expansão reticular (ALZAMORA, 2018). Com base nessa abordagem, examinamos a semiose de #CadêAProva buscando verificar como ela engendrou disputas sógnicas naquele contexto de polarização sociopolítica e se relacionou com outras *hashtags* para impulsionar a configuração de dinâmica de ativismo transmídia no período investigado.

3. 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 afins mediada pela *hashtag* em ações coletivas nas conexões online/offline, 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 e plural. Conforme essa visão, as *hashtags* são processos sógnicos que exercem função mediadora representando posicionamentos afins por meio de hábitos provisórios de ação em multiplataformas midiáticas (ALZAMORA; ANDRADE, 2016; ANDRADE, 2019).

¹⁴ O projeto Eleições Sem Fake (www.eleicoessemfake.dcc.ufmg.br) é coordenado pelo Prof. Fabrício Benevenuto, do Departamento de Ciências da Computação da UFMG, a quem agradecemos pelos dados fornecidos.

Em sintonia com a noção peirceana de mediação, ou semiose, o signo encontra-se em constante ação transformadora. De acordo com Colapietro (1989), o sufixo *sis* em *semiosis* remete a 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*).

O signo peirceano é triádico, composto por relações lógicas entre signo (representâmen), objeto e interpretante (CP 2.308). 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 (CP 8.179).

Para compreender o processo de ressignificação da *hashtag* #CadêAProva, faz-se necessário descrever sua semiose e, para isso, deve-se identificar como essa *hashtag* é usada em cada situação comunicativa. Ou seja, deve-se levar em conta tanto a operação semiótica de determinação proveniente da emissão/enunciado (signo-objeto) das postagens realizadas sob essa *hashtag*, quanto o modo pelo qual o enunciado é interpretado em ações de visualização, reações por *emoji*, comentários e compartilhamentos (signos-interpretante).

A natureza genérica da *hashtag* em estudo demanda adição de componentes contextuais aptos a produzir a particularidade significativa necessária à interpretação intencionada e a adesão social suficiente para consolidar tal significado na rede que se forma em seu entorno. De acordo com Colapietro (1989), a especificação do objeto na semiose deve ser determinada 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, citado por COLAPIETRO, 1989, p. 11, tradução nossa)¹⁵. Assim, a “prova” referenciada (objeto) na *hashtag* (signo)

¹⁵ No original: “The context is the medium through which something, the object, which makes the sign true or false, correct or incorrect, is identified”

pode estar vinculada a qualquer contexto comunicacional, 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 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* #CadêAProvaContraLula associada à #CadêAProva como forma de restringir o campo semântico dessa *hashtag*, conforme prescreve a operação semiótica de determinação.

O contexto de significação, porém, é fundamental no curso da semiose da *hashtag* e este remete à operação semiótica de representação, por meio da qual a semiose se expande. 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* #MarketeirosDoJair, constatamos seu sentido favorável à campanha de Bolsonaro nas eleições 2018, após denúncia do jornal Folha de S. Paulo. Esses sentidos são evidenciados quando há mudança nos hábitos interpretativos da comunidade que se formam em torno da *hashtag* por meio do engajamento social, tal como será explicado adiante.

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

Para Cândida Almeida (2018), quando assumem 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 Hoffmann¹⁶ no dia 17/01, 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. Nesse caso, os compartilhamentos foram em sua maioria de reforço da crença delineada em torno de #CadêAProva, endossando o conteúdo da postagem. Os *emojis*, por sua vez, revelaram uma disputa sónica, sobretudo entre corações (sentimento favorável) e risos (ironia).

Já na coleta de dados realizada no *Twitter* relativa à denúncia do jornal Folha de São Paulo, o cantor Lobão e o escritor Flavio Morgenstern apareceram como destacados 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 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 jornal Folha de S. Paulo publicou a reportagem “Joalheria quer competir com obras de arte pelo bolso dos super-ricos”¹⁷, que continha a palavra *bolso*, similar a *Bolsonaro*. No dia 24¹⁸, o jornal retomou essa reportagem para apresentar suspeita de que robôs pró-Bolsonaro responderam a esta reportagem no *Twitter* com *hashtags* como

¹⁶ Deputada federal e atualmente presidente nacional do Partido dos Trabalhadores.

¹⁷ <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/joalheria-quer-competir-com-a-arte-pelo-bolso-dos-superricos.shtml>. Acesso: 20/02/2018.

¹⁸ 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: 20/02/2018.

#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 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 primeiridade¹⁹, o signo se apresenta como um ícone em relação ao objeto, remetendo a uma mera qualidade de sentimento (CP 2.276). O ícone é fundamental para a comunicação, posto que pode fornecer uma ideia por meio de semelhanças e analogias (CP 2.248), porém sem conexão dinâmica com o objeto (CP 2.299). 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 (CP 2.277). 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 (CP 2.299). Ele conforma uma função de complementaridade na experiência presente (CP 4.447), 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 (CP 2.276). Ele é um signo híbrido porque engloba a qualidade 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 (2003), o poder referencial do símbolo corresponde ao seu ingrediente indexical, que o torna

¹⁹ 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 (1986).

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 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 a referência por denotação, tal como na suposta ação dos robôs. A dimensão simbólica da *hashtag* sintetiza em uma ideia geral essas modalidades semióticas na comunidade que se forma em torno dela em conexões online/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. 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* #MarketeirosdoJair²⁰.

No dia 28 de outubro, data da votação em segundo turno, a 13ª imagem mais compartilhada no WhatsApp 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”²¹.

As ações mencionadas nas ruas e no WhatsApp reforçam o escopo de significação dessas *hashtags*, ainda que as mesmas não apareçam explicitamente nessas ações. Essa

²⁰ Sobre o assunto ver a reportagem “Atos a favor de Jair Bolsonaro ironizam suspeita de Caixa 2”, jornal Folha de S. Paulo, 21/10/2018. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/atos-a-favor-de-jair-bolsonaro-ironizam-suspeita-de-caixa-dois.shtml>>. Acesso: 20/02/2018.

²¹ Essa constatação foi possibilitada por meio da plataforma “Eleições sem Fake”, desenvolvida pelo Prof. Fabrício Benevenuto (DCC/UFMG). Dos 3.447 links coletados, 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. Na plataforma, o resultado da coleta foi disponibilizado em categorias, seguindo a ordem de maior ocorrência: imagens, áudios, vídeos e textos. É possível selecionar a data e ver todo o conteúdo coletado pela ferramenta. Para investigar os desdobramentos da narrativa relativa à *hashtag* #CadêAProva, selecionamos o conteúdo coletado no dia 28/10, data do segundo turno das eleições. Percebemos que a 13ª imagem mais compartilhada foi que 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.

operação semiótica é possível porque a relação simbólica entre signo e objeto é da ordem da abstração e entre signo e interpretante se estabelece uma regra de ação que delinea um hábito interpretativo. Ao remeter a semelhanças, 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 nas conexões digitais reforça o sentido pretendido por denotação. Conjuntamente, esse processo configura a expansão da dinâmica de conexões online/offline no âmbito do ativismo transmídia, tal como será apresentado a seguir.

4. 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 online/offline, o que inscreve essa dinâmica no âmbito do ativismo transmídia. Esse processo deriva dos 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 sígnica (determinação) quanto a familiaridade prévia com aquilo que o signo denota, por experiência colateral, a qual associa signos à semiose e a expande reticularmente (representação).

Em conformidade com suas categorias fenomenológicas, 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 (CP 8.184-185). 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 sígnica 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 (CP 8.315). 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 (2004), 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 na interpretação comum em dinâmica de ativismo transmídia mediada por *hashtag*. 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 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 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 sógnicos que esta deixa na rede analisada na forma de acessos, reações por *emojis*, comentários e compartilhamentos. Tais rastros, porém, operam como signos na tríade sógnica subsequente, a qual tem por referência (objeto) aquilo que na tríade sógnica 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 sógnica que a *hashtag* delineia, pois 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.

5. Considerações finais

As *hashtags* cumpriram relevante função mediadora na rede discursiva coletiva que se formou nas conexões online/offline em torno das eleições presidenciais de 2018 no Brasil. Nesse cenário, a *hashtag* #CadêAProva se destacou por ter mobilizado acirradas disputas sógnicas pelo valor da verdade em contextos variados de significação, demonstrando enorme capacidade de expansão transmídia. Trata-se de uma dinâmica transmídia porque envolve expansão criativa em perspectiva multiplataforma. 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 sógnica, buscando não apenas caracterizar aquilo que era visível no *corpus*, mas também – ou principalmente – aquilo que era apenas 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 dos *memes*. Assim, 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, assim, 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, era 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 a experiência colateral e a aferimos por aderência (interpretante emocional), mobilização (interpretante energético) e ativismo (interpretante lógico). É o interpretante que

estabelece mediação entre tríades sógnicas subsequentes, de modo a promover a expansão da semióse. Compreender seu modo de funcionamento semiótico é, portanto, condição necessária para desvendar os mecanismos de expansão da dinâmica de ativismo transmídia investigada.

Nessa perspectiva, a função mediadora de #CadêAProva atrela-se ao contexto de significação do ativismo transmídia no qual a *hashtag* se insere. Isso ocorre porque o uso de uma *hashtag* em contexto de mobilização sociopolítica promove processos criativos de geração de narrativa coletiva em conexões online/off-line, com vistas a promover a geração majoritária de certo posicionamento político na rede que se forma em torno da *hashtag*. 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 intepretante. Este estabelece uma relação de regularidade de ação, um hábito, daí o ativismo operar como um hábito de ação (intepretante lógico) na semióse de #CadêAProva.

Referências

- ALMEIDA, C. 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, G. A semiotic approach to transmedia storytelling. In: FREEMAN, M.; GAMBARATO, R. (Eds.). **The Routledge Companion to Transmedia Studies**. Routledge Media and Cultural Studies Companions. New York and London: Routledge, 2018, p. 438-446.
- ALZAMORA, G.; ANDRADE, L. 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. 2017.
- ALZAMORA, G.; ANDRADE, L. A dinâmica transmídia de fake news: interações sociais em torno da concepção pragmática de verdade. In: XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte/MG, 05 a 08 de junho, 2018. **Anais...** Belo Horizonte/MG, 2018. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/arquivos_2018/trabalhos_arquivo_Z5Y0PUC80AOYRVKDACM6_27_6302_26_02_2018_14_47_23.pdf. Acesso em: 28 ago. 2018.
- ALZAMORA, G; GAMBARATO, R. **Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age**. Hershey: IGI Global, 2018.
- ANDRADE, L. **A função mediadora das hashtags no processo de impeachment de Dilma Rousseff**: semiose e transmídia. 289f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG, 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 de julho de 2018. 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, A.; VIDIGAL, R. Do lulismo ao antipetismo? Polarização, partidarismo e voto nas eleições presidenciais brasileiras. **Opinião Pública**, v. 24, n. 1, p. 53-89, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1807-0191201824153>. Acesso em: 14 nov. 2018.
- BROUGH, M. SHERESTHOVA, S. Fandom meets activism: rethinking civic and political participation. In: JENKINS, H.; SHERESTHOVA, S. **Transformative Works and Fan Activism**, special issue, *Transformative Works and Cultures*, n. 10. Disponível em: <https://doi.org/10.3983/twc.2012.0303>. Acesso em 25 jul. 2017.
- CAPPELLINI, B.; KRAVETS, O.; REPPPEL, A. Shouting on social media? A borderscapes perspective on a contentious hashtag. **Technological Forecasting & Social Change**, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.016>. Acesso em: 19 set. 2018.
- COLAPIETRO, V. **Peirce's Approach to the Self - A Semiotic Perspective on Human Subjectivity**. New York: State University of New York Press, 1989.
- COSTANZA-CHOCK, S. **Se Ve, Se Siente**: Transmedia Mobilization in the Los Angeles Immigrant Rights Movement. Charleston: BiblioBazaar, 2011.
- COSTANZA-CHOCK, S. **Out of the shadows, into the streets! Transmedia Organizing and the Immigrant Rights Movement**, Cambridge: MIT Press, 2014.
- FISH, M. Peirce, semeiotic, and pragmatism: essays by Max H. Fisch. In: KETNER, Kenneth Laine; KLOESEL, Christian J. W. (orgs). Bloomington: Indiana University Press, 1986.
- HOUGAARD, T. Hashtags – a new textual construct. **Rask**, v. 44, Summer, 2016, p. 57-73.
- JENKINS, H. 'Strangers No More, We Sing': filking and the social construction of the science fiction fan community. In: LEWIS, L. **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. London, New York: Routledge, 1992, p. 208-236. DOI: 10.4324/9780203181539

JENKINS, H. Youth Voice, Media, and Political Engagement. Introducing the Core Concepts. In: JENKINS, H.; SHRESTHOVA, S.; GAMBER-THOMPSON, L.; KLIGLER-VILENCHIK, N.; ZIMMERMAN, A. **By Any Media Necessary: The New Youth Activism**. New York: New York University Press, 2016, p. 1-60.

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

LAUCUKA, A. Communicative functions of hashtags. *Sciendo. Economics and Culture* v. 15, n. 1, 2018, p. 56-62. DOI: 10.2478/jec-2018-0006.

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

PARMENTIER, R. Sign's place in media res: Peirce's concept of semiotic mediation. In: MERZ, E.; PARMENTIER, R (eds). **Semiotic mediation**. Orlando: Academic Press, pp. 23-48, 1985.

PEIRCE, C. S. **The collected papers of Charles S. Peirce** (866-1913). Edição eletrônica reproduzindo Vols. I-VI (C. Hartshorne, & P. Weiss, eds., Cambridge: Harvard University, 1931-1935), Vols. VII-VIII (A. W. Burks, ed., Cambridge: Harvard University, 1958). Charlottesville, Intalex Corporation. (citado como CP, seguido pelo número do volume e número do parágrafo).

RESENDE, G. et al. A System for Monitoring Public Political Groups in WhatsApp. **In Proceedings of the Brazilian Symposium on Multimedia and the Web**. (Webmedia). Salvador. Outubro, 2018. Disponível em: <https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/webmedia2018-whatsapp.pdf>. Acesso em 21 jan. 2019.

SALGADO, M. Polarização ideológica, filtros-bolha e algoritmos nas redes digitais. **Sociotramas**, agosto/2018. Disponível em: <https://sociotramas.wordpress.com/2018/07/30/polarizacao-ideologica-filtros-bolha-e-algoritmos-nas-redes-digitais/>. Acesso em: 01 set. 2018.

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

SRIVASTAVA, L. **The Opportunities of Narrative: Story-Based Impact**, 2014. Disponível em: <http://archiv.recampaign.de/wp-content/uploads/2015/02/214227049-Prasentation-Srivastava-ReCampaign-2014.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2016.

SRIVASTAVA, L. **Transmedia Activism: Telling Your Story Across Media Platforms to Create Effective Social Change**, 2009. Disponível em: http://www.mediarights.org/news/Transmedia_Activism_Telling_Your_Story_Across_Media_Platforms_to_Create_Eff. Acesso em: 30 jul. 2018.

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

VIEIRA, V. O papel da comunicação digital na Primavera Árabe: apropriação e mobilização social. **V Congresso da Compolítica**. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT05-Comunicacao-e-sociedade-civil-VivianPatriciaPeronVieira.pdf>. Acesso em 02/01/2019.

YANG, G. Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter. **Media and Communication**, 4 (4), 13-17, 2016. Disponível em: doi10.17645/mac.v4i4.692. Acesso em: 21 dez. 2018.

ZAPPAVIGNA, M. Searchable talk: The linguistic functions of hashtags. **Social Semiotics**, 25(3), 2015, p. 274-291. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10350330.2014.996948>. Acesso em: 21 dez. 2018.