

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADE DE INFORMAÇÃO (CBG)

ALICE RIBEIRO DE ANDRADE SILVA

RELAÇÕES ENTRE ATIVISMO DIGITAL E PICHANÇA POLÍTICA

Rio de Janeiro,

2018

ALICE RIBEIRO DE ANDRADE SILVA

RELAÇÕES ENTRE ATIVISMO DIGITAL E PICHANÇA POLÍTICA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Profa. Dra. Juliana de Assis.

Rio de Janeiro,

2018

S586r Silva, Alice Ribeiro de Andrade.

Relações entre ativismo digital e pichação política / Alice Ribeiro de Andrade Silva. Rio de Janeiro - 2018.

60 f.: il. 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) –
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação,
Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Orientadora: Profa. Dra. Juliana de Assis.

1. Mídias sociais. 2. Ciberativismo. 3. Política e democracia. 4.
Pichação. I. Assis, Juliana de. II. Universidade Federal do Rio de
Janeiro. Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de
Informação. III. Título.

ALICE RIBEIRO DE ANDRADE SILVA

RELAÇÕES ENTRE ATIVISMO DIGITAL E PICHANÇA POLÍTICA

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Rio de Janeiro, 3 de julho de 2018.

Profa. Dra. Juliana de Assis – CBG/UFRJ
Orientadora

Profa. Dra. Marianna Zattar – CBG/UFRJ
Membro interno

Prof. Me. Danilo Pestana – CBG/UFRJ
Membro interno

Rio de Janeiro,
2018

A Maria de Lourdes, *in memoriam*.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha mãe e minha vó Lourdes. A primeira por ser quem é, por ter feito – e por fazer – tudo por mim nesses vinte e dois anos, pelo amor incondicional e pela felicidade que contagia as pessoas ao redor. Você é luz. A segunda por ter passado mais tempo comigo que eu mesma – sim, talvez isso seja possível – por celebrar cada pequena vitória minha e por ser um exemplo de ser humano e a mulher mais incrível que conheci.

Ao meu pai, pelos vários cafés, pelas centenas de livros, por me ensinar o valor da educação, por ser uma pessoa admirável a qual eu me espelho e por todo tempo doado a mim. A todas as mulheres da família, principalmente a tia Ângela e tia Bete pelo cuidado comigo na infância, a tia Dada, tia Gil, tia Célia e tia Márcia por todo carinho e por serem maravilhosas e a minha vó Eva, apesar da distância.

A Larissa, amiga que eu tenho a felicidade enorme de ter por perto – mesmo longe -, pelos vários anos de amizade, pelas palavras de incentivo e por continuar sendo minha flor. Ao Rafael, por iluminar meus dias com sua presença solar, por ser o otimismo em pessoa e por estar sempre disposto a ajudar. Ao André pelas caronas e por contar as melhores histórias. Ao Yago por sempre me lembrar de como foi bom ser criança.

Aos colegas de turma, por terem contribuído para que a experiência na Universidade não fosse tão tóxica quanto poderia ter sido, mas principalmente a Ana Amália pela companhia nos bons dias - e nos péssimos também - e pela amizade.

Aos professores, alguns em especial por mostrarem como a Biblioteconomia pode ser fascinante. A Juliana Assis, minha orientadora, por ter abraçado a minha ideia e por ter contribuído na construção do trabalho.

Também agradeço a Deus por ainda morar nos detalhes.

Acredito que essa seja a melhor parte do trabalho porque é o único espaço em que única referência que usarei é meu amor pelas pessoas aqui descritas. Esses quatro anos não foram fáceis, creio que não tenha sido para ninguém, mas sei que sem vocês teria sido muito pior. De verdade. Sei que tenho muita sorte por ter vocês, pessoas tão incríveis, por perto. A vocês meu mais sincero muito obrigada!

“Somos filhos da época e a época é política.”(SZYMBORSKA, 2011, p. 144).

RESUMO

O advento das mídias sociais e seus recursos contribuiu para a interação remota entre os indivíduos. Essas redes sociais digitais são utilizadas para os mais variados fins, e, recentemente, tem-se como um acontecimento recorrente, o seu uso como ferramenta de organização de movimentos sociais. Apesar de a pichação política ser uma forma de expressão e comunicação antiga, observa-se que seu uso tem crescido de maneira exponencial no Brasil desde as manifestações de 2013, também favorecidas pelas funcionalidades das referidas mídias. Por esses motivos tornou-se pertinente indagar sobre as relações entre os fenômenos supracitados. Para tal, foi necessário o estudo dos seguintes conceitos que compuseram o referencial teórico: política e democracia, ativismo digital, mídias sociais e pichação política. Objetivou-se analisar o ativismo digital a fim de compreender sua ligação com a pichação política. Para isso esperou-se analisar o cenário político a partir do monitoramento de mídias sociais, compreender o fluxo informacional de comunidades digitais para entender suas dinâmicas de comunicação e estudar as discussões *online* sobre o tema a fim de compreender a pichação política. Tratou-se de uma pesquisa qualitativa de cunho exploratório que utilizou como metodologia a netnografia, como instrumento de coleta de dados a aplicação de questionário e como abordagem ao campo empírico a observação sistemática. Concluiu-se que esta forma de pichação é uma maneira de se expressar politicamente e que o ativismo digital tem relações bastante relevantes com ela: muitas vezes os discursos *online* se adequam ao que é trabalhado nas pichações e o mesmo conteúdo de *hashtags* é visto nessas intervenções.

Palavras-chave: Mídias sociais. Ciberativismo. Política e democracia. Pichação.

ABSTRACT

The advent of social media and its resources contributed to the remote interaction between individuals. These digital social networks are used for a wide range of purposes, and recently it has been used as a tool for the organization of social movements. Although political graffiti is a form of expression and ancient communication, it is observed that its use has grown exponentially in Brazil since the manifestations of 2013, also favored by the functionalities of these media. For these reasons it became pertinent to inquire about the relations between the phenomena mentioned above. For that, it was necessary to study the following concepts that composed the theoretical reference: politics and democracy, digital activism, social media and political graffiti. The objective was to analyze digital activism in order to understand its connection with political graffiti. For this, it was hoped to analyze the political scenario from the monitoring of social media, to understand the informational flow of digital communities to understand their communication dynamics and to study the online discussions about the subject in order to understand the political graffiti. It was a qualitative research of exploratory nature that used as methodology the netnography, as instrument of data collection the application of questionnaire and as approach to the empirical field the systematic observation. It was concluded that this form of graffiti is a way of expressing itself politically and that digital activism has very relevant relationships with it: often the online speeches fit what is worked on the graffiti and the same content of hashtags is seen in these interventions.

Keywords: Social media. Ciberativism. Politics and democracy. Graffiti.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - "Primeiro registro de pichação como arte no Brasil"	22
Figura 2 - Exemplo de pichação política	23
Figura 3 - Busca avançada para #foradilma	28
Figura 4 - <i>Tweet</i> utilizando #foradilma no dia 18 de abril	29
Figura 5 - <i>Tweet</i> utilizando #lulapreso no dia 19 de abril	30
Figura 6 - <i>Tweet</i> utilizando #foratemer no dia 30 de abril	32
Figura 7 - <i>Tweet</i> utilizando #mariellepresente no dia 2 de maio	33
Figura 8 - Pichação Marielle Presente	39

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução da #foradilma durante um mês de monitoramento.....	30
Gráfico 2 - Evolução da #lulapreso durante um mês de monitoramento.....	31
Gráfico 3 - Evolução da #foratemer durante um mês de monitoramento.....	32
Gráfico 4 - Evolução da #mariellepresente durante um mês de monitoramento	33
Gráfico 5 - Motivos pelos quais as pessoas usam <i>hashtags</i>	34
Gráfico 6 - Formas de se manifestar politicamente dos respondentes	34
Gráfico 7 - Relação dos sujeitos com a política	35
Gráfico 8 - Indivíduos que já participaram de manifestações em seu bairro ou cidade	35
Gráfico 9 - Frequência de participação em manifestações	36
Gráfico 10 - Posição política dos sujeitos.....	36
Gráfico 11 - Pessoas que acreditam que conversas em redes sociais digitais contribuem para a mudança social	37
Gráfico 12 - Opiniões sobre a pichação política	38
Gráfico 13 - Considerações sobre a existência de relação entre o ativismo digital e a pichação política.....	40
Gráfico 14 - Quantidade de <i>tweets</i> usando a #foradilma no ano de 2015 (por quinzena)	50
Gráfico 15 - Quantidade de <i>tweets</i> usando a #foradilma no ano de 2016 (por quinzena)	50
Gráfico 16 - Quantidade de <i>tweets</i> usando a #foradilma no ano de 2017 (por quinzena)	50
Gráfico 17 - Quantidade de <i>tweets</i> usando a #foradilma no começo de 2018 (antes do monitoramento)	51
Gráfico 18 - Comparação da quantidade de <i>tweets</i> usando a #foradilma por ano	51
Gráfico 19 - Quantidade de <i>tweets</i> no ano de 2016 (por quinzena, a partir da posse do presidente).....	52
Gráfico 20 - Quantidade de <i>tweets</i> usando a #foratemer no ano de 2017 (por quinzena)	52
Gráfico 21 - Quantidade de <i>tweets</i> usando a #foratemer no começo de 2018 (antes do monitoramento)	52
Gráfico 22 - Comparação da quantidade de <i>tweets</i> usando a #foratemer por ano	53

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ARPA	<i>Advanced Research Project Agency</i>
OMC	Organização Mundial do Comércio
Qtd.	Quantidade
WWW	<i>World Wide Web</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	JUSTIFICATIVAS.....	13
1.2	OBJETIVOS.....	13
1.2.1	<i>Objetivo geral</i>	14
1.2.2	<i>Objetivos específicos</i>	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	MÍDIAS SOCIAIS.....	15
2.2	CIBERATIVISMO.....	17
2.3	POLÍTICA E DEMOCRACIA.....	19
2.4	PICHAÇÃO.....	21
3	PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS	24
3.1	CAMPO EMPÍRICO DA PESQUISA.....	24
3.2	POPULAÇÃO.....	25
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS E ABORDAGEM AO CAMPO EMPÍRICO.....	25
4	SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	27
4.1	DADOS NETNOGRÁFICOS.....	27
4.1.1	<i>#foradilma</i>	28
4.1.2	<i>#lulapreso</i>	30
4.1.3	<i>#foratemer</i>	31
4.1.4	<i>#mariellepresente</i>	32
4.2	DADOS OBTIDOS POR MEIO DO QUESTIONÁRIO.....	33
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
	REFERÊNCIAS	43
	APÊNDICE A – TERMO DE COMPROMISSO DA PESQUISA	46
	APÊNDICE B – FORMULÁRIO DE PESQUISA	47
	APÊNDICE C - DADOS RETROSPECTIVOS DA #FORADILMA	49
	APÊNDICE D - DADOS RETROSPECTIVOS DA #FORATEMER	51
	ANEXO A – RESPOSTAS OBTIDAS POR MEIO DO QUESTIONÁRIO	53

1 INTRODUÇÃO

Segundo pesquisa realizada em 2014 pela agência de publicidade F/NazcaSaatchi&Saatchi intitulada “Internet móvel, cidadania e consumo no Brasil”, 54% dos entrevistados já souberam, por meio de mídias sociais da ocorrência de algum movimento social e 38% dos internautas afirmaram terem sido impactados por comentários e publicações de cunho político nessas redes (F/NAZCA..., 2014).

A mesma pesquisa mostrou que a participação em movimentos sociais por meio do uso da internet duplicou desde 2011: nesse ano, o envolvimento era de 16% dos entrevistados, contra 26% em 2014 (F/NAZCA..., 2014). Em 2015, outra pesquisa da mesma agência é concluída, dessa vez com o título de “Democracia e consumo”, expondo de maneira mais contundente a relação entre o uso da internet e atividade política e econômica (F/NAZCA..., 2015).

Cerca de 13 milhões de pessoas já atuaram em manifestações pela internet, aproximadamente 70% delas via mídias sociais; 4 em cada 10 internautas acredita que o uso de redes sociais contribui para a participação em mobilizações e 57% dos entrevistados acreditam que passeatas, ocupações, reuniões ou manifestações contribuem para reivindicação de direitos (F/NAZCA..., 2015).

Se a internet foi um advento importante na história das mídias, e representou um grande salto na criação de redes de comunicação, o advento das redes sociais digitais foi relevante não só como ferramenta de interação, mas como ferramenta de ação social coletiva. Os dados acima evidenciam esse fenômeno e, cada vez mais, o ativismo tem utilizado a internet e seus produtos como instrumentos para intervenções.

Movimentos como Occupy Wall Street, 15 M, Primavera Árabe e as manifestações de junho de 2013 no Brasil, são exemplos relevantes do poder da web em meio a tensões políticas. Um caminho natural para movimentos sociais, já que essa rede de comunicação serve aos mais variados propósitos, estando presente nas mais diversas instâncias da vida em sociedade, sendo, de certa forma, uma extensão dela.

Além disso, a utilização de dispositivos móveis combinada a massiva participação em mídias sociais, torna muito mais dinâmica a inclusão em ações desse tipo, sendo o ativismo digital uma questão bastante atual. Quando se entende a relação de manifestações e das postagens em redes sociais digitais torna-se possível inferir que há aproximações bastante relevantes entre ambas.

Combinado a isso, no Brasil, desde os movimentos de 2013, é crescente o aparecimento de pichações de cunho político pelas cidades. O impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, o recebimento de eventos como a Copa do Mundo em 2014 e das Olimpíadas em 2016, serviram de mote para diversas pichações nos grandes centros, mas também serviram de pretexto para diversas mobilizações no país.

Por meio da observação dos fatos apresentados é possível questionar sobre a ligação entre os dois fenômenos, o ativismo digital e a pichação política.

1.1 JUSTIFICATIVAS

Justifica-se pela emergência de movimentos sociais que, notadamente, se organizam e por vezes nascem em mídias sociais, como supracitado, o que tem sido um fenômeno relevante nos últimos anos não só no Brasil, e que não tem sido estudado de forma contundente pela Ciência da Informação nem pela Biblioteconomia. Consta-se que, tanto a área do conhecimento quanto a subárea carecem também de estudos sobre a pichação política.

Consequentemente, a relação entre os dois temas não é explorada, o que confere a pesquisa um caráter inovador, que contribuiria em algum sentido para entender melhor esses acontecimentos por meio de uma perspectiva científica. Além disso, houve o interesse pessoal da autora em estudar a pichação política, tipo de intervenção que chama atenção pelo crescente uso nos últimos tempos.

A princípio esse tipo de pichação seria relacionado à folksonomia (grosso modo, indexação realizada por quaisquer indivíduos utilizando a linguagem natural), pois notadamente a linguagem usada pelas pessoas em palavras-chaves, *tags* ou *hashtags* nas redes sociais digitais é similar a que é usada nas pichações. No fim, optou-se por apenas tentar entender o ativismo constituído pelo uso destes marcadores e essas intervenções urbanas.

Discutir sobre os dois temas é pertinente para estudos contemporâneos da informação: a pichação é uma manifestação dotada de potencial informativo, que merece ser compreendida também, e, cada vez mais, como fonte de informação política; já o ciberativismo gera um fluxo de informações entre os indivíduos que permite, entre outras coisas, um estudo sobre o contexto atual do governo.

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos a seguir, geral e específicos, deverão ser atingidos ao fim da pesquisa:

1.2.1 Objetivo geral

Analisar o ativismo digital a fim de compreender sua ligação com a pichação política.

1.2.2 Objetivos específicos

Tem-se como objetivos específicos:

- a) Analisar um viés de cenário político a partir de monitoramento de mídias sociais;
- b) compreender o fluxo informacional de grupos e comunidades digitais para entender suas dinâmicas de comunicação;
- c) estudar as discussões *online* sobre o tema a fim de compreender a pichação política.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Dada a temática apresentada tornou-se relevante estudar de forma mais aprofundada os conceitos a seguir:

2.1 MÍDIAS SOCIAIS

A história das mídias inicia-se com a criação da prensa de tipos móveis. Johann Gutenberg, na segunda metade do século XV, desenvolveu uma técnica que combinava o uso adaptado da prensa de parafuso e duplicação de tipos de metal para imprimir documentos. Seu método foi rapidamente difundido por toda a Europa e a impressão passou a ser uma atividade econômica rentável (THOMPSON, 1998).

É com o desenvolvimento da imprensa que as primeiras publicações periódicas surgem, e, no início do século XVII, os primeiros jornais começam a circular; inicialmente esses impressos tratavam de assuntos do exterior, porém, nos séculos seguintes os volumes passam a “[...] fornecer informações e comentários críticos sobre questões de interesse geral.” (THOMPSON, 1998, p. 66).

O fim da segunda metade do século XIX e o início do século XX foram marcados pelas primeiras transmissões de voz sem fio. Inicialmente as transmissões foram exploradas por marinheiros que precisavam se comunicar com estações terrestres, mas o serviço logo passou a ser comercializado e aplicado para outros fins, como propaganda e manifestações culturais (MIRANDA, 2007).

É também no final do século XIX que o aparelho precursor da televisão é criado e patenteado, quando aperfeiçoado passa a transmitir notícias nos Estados Unidos e na Inglaterra (MIRANDA, 2007). A utilização massiva da televisão se dá no período posterior a Segunda Guerra Mundial, desbancando o cinema e o rádio em público e audiência, mas coexistindo com ambos e as outras mídias citadas (MIRANDA, 2007).

É também nesse período que a internet começa a ser desenvolvida; os Estados Unidos, ao fim dos anos 50, precisava criar meios de transmitir dados de forma segura, e, para isso, a *Advanced Research Projec Agency* (ARPA), parte integrante do Departamento de Defesa, é criada e concebe, na década de 70, a ARPANET, uma rede de comunicação descentralizada que permitia o envio de dados para computadores norte-americanos espalhados pelo globo (GOETHALS; AGUIAR; ALMEIDA, 2000).

Já em 1973 a internet é cunhada oficialmente através dos estudos da ARPA sobre o “internetworking”; anos depois são criadas duas redes relevantes para o surgimento da Internet em sua primeira fase - BitNET e CSNET -, ambas usavam os protocolos TCP-IP, que permitiam a comunicação entre os micros, e em 1990 é elaborado o primeiro provedor de internet (GOETHALS; AGUIAR; ALMEIDA, 2000).

Tim Berners-Lee apresenta, em 1991, o sistema de informação nomeado de *World Wide Web* (WWW), que pode ser definido como um apanhado de softwares que geram uma interface para o usuário da Internet; por meio dele é “[...] possível criar servidores de informação, onde se incluem textos, imagens, multimídia, dotando-se o mundo da Internet dos meios necessários para a construção de uma verdadeira teia de informação.” (GOETHALS; AGUIAR; ALMEIDA, 2000, p. 6).

Se a princípio a internet era usada estritamente para a comunicação entre pesquisadores e universitários, a criação do WWW impulsiona o desenvolvimento de novas aplicações para o público geral. Esse primeiro momento é chamado de Web 1.0, onde as plataformas exibiam conteúdo estático, e não permitiam a interação dos usuários entre si e com as poucas páginas que existiam.

A Web evoluiu em termos de design e funcionalidades, e hoje é bem mais interativa. No momento utiliza-se a Web 2.0 que possibilita a interação em diversos níveis. É nessa segunda fase da Web que são criados fóruns, chats, blogs e redes sociais digitais, essas últimas sendo conhecidas também como mídias sociais, que tem crescido, em número e em usuários, exponencialmente.

O fato de a imprensa, o rádio, a televisão e a internet estarem aqui referidos reside no potencial de transmitir informações que têm, ou seja, o caráter comunicacional que lhes é intrínseco. Ao inferir que todos são mídias, pode-se conceituá-las, portanto, como meios de comunicação. Mídias essas que tem de como característica principal a transmissão de informações tratadas e organizadas por poucos, mas sendo expostas a várias pessoas.

Pode-se dizer que mídias sociais nada mais são que um desdobramento das mídias tradicionais, porque essas só transmitem a informação, enquanto as primeiras permitem a interação entre o emissor e o receptor, por meio de funcionalidades como compartilhar e comentar. Essas mídias são os elos entre membros de uma rede social, instrumentos pelos quais os indivíduos podem se relacionar remotamente (CIRIBELI; PAIVA, 2011).

Desta forma, as mídias sociais tornam-se uma espécie de mediador da informação, servindo como ferramenta para ativistas digitais na promoção de manifestações, passeatas, eventos etc. Por isso cabe, nessa seção, abordar o conceito de “autocomunicação das massas”,

cunhado por Manuel Castells, que se refere ao uso das mídias e seus recursos para a ação política (BRESSANE, 2013).

O conceito recebeu essa denominação porque há “[...] autonomia na emissão de mensagens, autonomia na seleção da recepção de mensagens, autonomia na organização de redes sociais próprias e na organização de um hipertexto cognitivo e formativo em que estão todas as informações digitalizadas.” (CASTELLS, 2013 apud BRESSANE, 2013, *online*), ou seja, os indivíduos criam seu conteúdo, não só absorvem, como no caso dos meios tradicionais de comunicação.

Segundo o sociólogo (CASTELLS, 2013 apud BRESSANE, 2013), as redes sociais digitais permitem a interação de quaisquer pessoas sem o “filtro” que as mídias tradicionais supracitadas têm, e, por isso, tornam-se ambientes muito mais propícios a mobilização. Porém, apesar de serem em algum nível espaços democráticos de atuação, contribuem para o desenvolvimento de movimentos contraditórios e sensacionalismo generalizado (CASTELLS, 2013 apud BRESSANE, 2013).

2.2 CIBERATIVISMO

Diz-se que o primeiro caso de ciberativismo está relacionado às Revoltas Zapatistas, ocorridas em 1994, onde os envolvidos usavam a rede de computadores e o contato com a imprensa para gerar uma interlocução com a população (ALCÂNTARA, 2014). A partir desse evento outros importantes se desenrolaram e compõem hoje a história do ciberativismo, como por exemplo, a criação do primeiro grupo autodenominado ciberativista, o *Electronic Disturbance Theater* (ALCÂNTARA, 2014).

Esse grupo ocupou o site do governo mexicano através de uma ação conhecida como *project SWARM*, atitude de apoio aos zapatistas (ALCÂNTARA, 2014), dando evidência ao hacktivismo e abrindo espaço para outras ações de cunho político na internet. Em 1999, a Batalha de Seattle, que foi uma série de manifestações anticapitalistas realizadas durante a reunião da Organização Mundial do Comércio (OMC), trouxe à tona a mídia independente, que, segundo Alcântara (2014) é um desdobramento do ciberativismo.

Depois desse evento, o advento dos dispositivos móveis contribuiu para o surgimento de outros similares, como a retirada, em 2001, do presidente da Filipina do seu cargo, o que se deu por manifestação organizada por meio de mensagens de texto (ALCÂNTARA, 2014). A partir daí, um novo modelo de ciberativismo se desenvolve, e ele se baseia na utilização de redes sociais móveis e/ou mídias sociais.

Mais recentemente vê-se que essa tendência se manteve, e têm-se como comprovação desse fato movimentos como a Primavera Árabe, *Occupy Wall Street*, 15 M e as manifestações de junho de 2013 ocorridas no Brasil por conta do aumento da passagem do transporte público. Todas foram de alguma forma beneficiadas pelo uso de mídias sociais e ferramentas *online* (ALCÂNTARA, 2014).

De acordo com Glasius e Players (2013 apud ALCÂNTARA, 2014) existem três características relevantes para que o ciberativismo ocorra: redes de comunicação que facilitem a transmissão de informações, a inserção de pessoas no mesmo contexto compartilhando dos mesmos problemas e uma espécie de organização dos ideais e demandas desses indivíduos.

Desta forma, ciberativismo é uma forma de mobilização que envolve pessoas com ideais parecidos e ferramentas eletrônicas e digitais de comunicação - eletrônicas porque há o uso de telefonia, o que também entraria em eletrônico. Diz-se que ela é o “[...] conjunto de práticas realizadas em redes cibernéticas em defesa de causas específicas, sejam elas políticas, ambientais, sociotécnicas, etc.” (SILVEIRA, 2010 apud ARAUJO; FREITAS; MONTARDO, 2012, p. 165).

Conforme Alcântara (2014), alguns conceitos relacionam-se diretamente com o ativismo digital, como hacktivismo, desobediência civil eletrônica, click-ativismo e *smartmobs*. Este último sendo mais importante para o presente estudo, por se tratar de um fenômeno relativamente recente e que se inicia com a criação de redes móveis e a massiva utilização de aparelhos portáteis de telefonia.

Ainda segundo a autora, o conceito de *smartmobs* deriva-se do termo *flash mobs*, uma mobilização organizada pela internet, ou outros meios, porém sempre remotamente, que resulta no encontro de pessoas desconhecidas e é seguida de dispersão dos membros do grupo (VALENTIM, 2005 apud ALCÂNTARA, 2014). O que difere ambos é que a ocorrência do primeiro sempre está ligada a um evento político (ALCÂNTARA, 2014).

O conceito surgiu no início do século XXI (RHEINGOLD, 2004 apud ALCÂNTARA, 2014), uma provável consequência do advento dos dispositivos de telefonia móvel, que, como já foi dito em seções anteriores, contribuiu para a organização de movimentos de maneira mais dinâmica.

Alcântara ainda alerta: “[...] a ação coletiva baseada em mídias não é uma novidade [...]” (ALCÂNTARA, 2014, p. 49), e completa dizendo que ações que utilizaram como ferramenta o rádio e a imprensa ocorrem desde a criação desses dois meios de comunicação. As mídias mediam a difusão de ações coletivas, mas, conforme a autora, não são devidamente estudadas como instrumento para isso (ALCÂNTARA, 2014).

Uma ferramenta recente que vem sendo utilizada também para militância nas mídias sociais são as *hashtags*. Essas são espécies de marcadores introduzidas primeiramente no Twitter, que permitem a criação de hiperlinks por meio da junção do símbolo # e uma determinada palavra ou expressão (TWITTER, 2018). Algumas se tornaram populares, como #tratesepoupreconceito e #chegadeassédio.

2.3 POLÍTICA E DEMOCRACIA

Política e democracia são conceitos que, apesar de circundarem a vida em sociedade, carecem de definições únicas e, por serem temas que se desenvolvem a partir das relações sociais, também é difícil declarar com precisão em que momento ambos foram criados, no entanto, nessa seção, faz-se uma tentativa de expor as primeiras ideias acerca destes assuntos.

Diz-se que as primeiras concepções de política originaram-se na China e Grécia antigas (KELLY, 2017). A princípio, o pensamento político relacionava-se mais fortemente com a filosofia moral, e eram enfatizadas formas de administração da sociedade que assegurassem a dignidade, felicidade e segurança. Filósofos como Confúcio, Platão e Aristóteles são nomes importantes desse pensamento político preliminar.

Do pensamento político antigo surgem as primeiras concepções de democracia, mais precisamente na Grécia antiga, no período clássico.

[...] o povo da cidade-estado de Atenas derrubou seu líder tirânico e instituiu uma forma de democracia. Sob esse sistema, os políticos eram escolhidos por um sorteio entre os cidadãos, e as decisões eram tomadas por uma assembleia democrática. Todos os cidadãos poderiam falar e votar na assembleia – eles não elegiam representantes para que assim agissem em seu lugar. (KELLY, 2017, p. 36).

Nesse contexto, a participação política se dava apenas por homens livres naturais de Atenas com mais de trinta anos: portanto, esse primeiro ideal de democracia era um regime restrito. Aristóteles, talvez o primeiro pensador a refletir sobre o tema, a definia como um governo de muitos, porém corrupto em sua natureza, por entender que este se dá para todos de forma igual e não para cada um individualmente (KELLY, 2017).

A relação com a filosofia moral tornou-se secundária na Idade Média e a política passa a ser influenciada por ideais religiosos. É evidente, tanto em alguns dos países que formariam o continente europeu, quanto em países que atualmente compõem o Oriente Médio, a ação,

respectivamente, do pensamento teológico cristão e do islã; a noção de “guerra justa” surge nesse cenário, como forma de legitimar conflitos (KELLY, 2017).

Mais uma vez a democracia é pensada, dessa vez por Tomás de Aquino, que, ao se questionar sobre o melhor tipo de governo, se inspira em Aristóteles, acreditando que esta seria uma forma injusta de governo (KELLY, 2017).

É no início da Idade Moderna, com a publicação de *O Príncipe*, de Nicolau Maquiavel, que se inaugura a ciência política; e é nessa era histórica que se desenvolve o racionalismo, e o absolutismo passa a ser defendido fortemente pelos pensadores da época (KELLY, 2017). Os conceitos de lei natural e direito divino dos reis emergem, e, posteriormente, no iluminismo, ideias como democracia representativa e direitos humanos passam a ser explorados (KELLY, 2017).

Considerações acerca da participação popular e da construção da soberania a partir dela se iniciam no século XVIII, e, paralelo a isso, o pensamento conservador se desenvolve. A democracia passa a ser evidenciada como um sistema que representava a “[...] forma mais natural de equilibrar as necessidades da sociedade com as do governo.” (PAINE apud KELLY, 2017, p. 137), apesar de pensadores como Jeremy Bentham defenderem o contrário.

Em 1848 é escrito o Manifesto do Partido Comunista, de Karl Marx e Friedrich Engels, que trás o comunismo à tona, como uma possibilidade de transformar a política, elitista por natureza até então, em uma atividade praticada por todos, uma “política de massas” (KELLY, 2017, p. 168). Demandas que seriam tidas posteriormente como tipicamente de esquerda, como justiça econômica e valorização dos direitos humanos ganham força.

Fascismo, comunismo e social democracia foram ideologias recorrentes a partir dos anos 1930, e o pensamento político contemporâneo se desenvolve a partir das revoluções ocorridas na Europa e também nas duas Guerras Mundiais (KELLY, 2017). Após a Segunda Guerra Mundial, os embates ocorridos entre comunismo e capitalismo são relevantes por causarem uma série de mudanças tecnológicas e econômicas geradas pela Guerra Fria.

A história da política nada mais é que a história da criação de sistemas políticos e regimes de governo que surgiram como consequência direta da evolução das sociedades. Conforme Arendt (2002, *online*), “A política surge no intra-espço e se estabelece como relação.”, confirmando a tese de Aristóteles de que os homens são animais políticos, e, portanto, é natural que a vida em sociedade seja uma vida política (ARISTÓTELES, 2009).

De acordo com Touraine (1996, p. 41) “[...] a política deixou de se definir como a expressão das necessidades de uma coletividade ou grupo politicamente organizado, para ser considerada como uma ação sobre a sociedade.”. Ação essa que pretende conciliar os

interesses de diversos grupos a fim de manter a ordem do corpo social, garantindo que seus direitos sejam mantidos e seus deveres exercidos.

A política, assim aprendemos, é algo como uma necessidade imperiosa para a vida humana e, na verdade, tanto para a vida do indivíduo como da sociedade. Como o homem não é autárquico, porém depende de outros em sua existência, precisa haver um provimento da vida relativo a todos, sem o qual não seria possível justamente o convívio. Tarefa e objetivo da política é a garantia da vida no sentido mais amplo. (ARENDDT, 2002, *online*).

A política é o que organiza a vida em sociedade, conciliando, por meio de sistemas e regimes de governo, os interesses dos membros de uma comunidade, numa tentativa de manter ou elevar o bem-estar social, o desenvolvimento econômico, a independência e/ou soberania nacional. Por esse motivo, diz-se que a política é a atividade de administração do Estado.

Concepções sobre a democracia permeiam o pensamento político desde seu princípio, apesar de as considerações sobre ela terem mudado consideravelmente, de injusto na Idade Antiga a ideal para sociedades pós-modernas, isso porque se admite que “[...] um regime é tanto mais democrático, quanto maior for o número de pessoas que participam, direta ou indiretamente, da tomada de decisões.” (BOBBIO apud TOURAINE, 1996, p. 19).

Sendo assim, deduz-se que a democracia é um sistema político participativo, que tem como premissa a cooperação de todos os indivíduos para o bem comum, definindo-se “[...] não pela separação dos poderes, mas pela natureza dos elos entre sociedade civil, sociedade política e Estado.” (TOURAINE, 1996, p. 51).

2.4 PICHANÇA

A necessidade de comunicação do ser humano, característica instintiva e inerente aos indivíduos, se dá pelos mais variados meios. Esta mesma comunicação pode acontecer de diversas formas e ser registrada em quaisquer tipos de suportes. A formação de grupos sociais marginalizados e a emergência de movimentos sociais faz com que outras formas de comunicação se materializem nos mais diversos espaços, a exemplo tem-se a pichação.

Pode-se dizer que ela é uma forma de comunicação que deriva, assim como o graffiti, das pinturas rupestres, imagens pintadas em cavernas na pré-história (GITAHY, 1999), feitas utilizando-se variados tipos de material.

Os primeiros registros de pichação conhecidos são os de Pompeia, cidade italiana vitimada, em 79 d.C., pela erupção do vulcão Vesúvio (GITAHY, 1999). O conteúdo dos escritos era dos mais variados, desde poesia até frases eróticas. Seguido desse fato, tem-se a pichação feita por padres na Idade Média e por revolucionários nos períodos históricos posteriores (GITAHY, 1999).

Um acontecimento marcante para a pichação como conhecemos atualmente foi a criação de tintas em spray no final da Segunda Guerra Mundial, que dinamizou sua confecção (GITAHY, 1999). Já em 1968, em Paris, o movimento estudantil promove uma série de protestos em prol de melhorias no ensino, e nesse contexto as pichações se disseminam pela rapidez da confecção e por exprimir as reivindicações do movimento. (SANTOS, 2012).

No Brasil, apesar da repressão advinda da ditadura civil-militar instaurada em 1964, participantes de movimentos contrários ao regime vigente expressavam suas opiniões sobre isso nos muros da cidade (PICHACÃO..., [201-]), como pode ser visto na Figura 1: essa fotografia mostra, segundo o repositório Memórias da Ditadura ([201-]), o primeiro registro de pichação política, ou “[...] pichação como arte no Brasil [...]” (PICHACÃO..., [201-]).

Figura 1 - "Primeiro registro de pichação como arte no Brasil"



Fonte: PICHACÃO..., [201-], *online*.

A pichação se desenvolve como ato político, mas se populariza como linguagem nos anos subsequentes. Incrições como “Cão Fila Km 22”, “CELACANTO PROVOCA MAREMOTO” e “HENDRIX MANDRAX MANDRIX” são frases pioneiras da pichação sem cunho político no país (GITAHY, 1999; SANTOS, 2012).

A subversão e a ilegalidade da pichação são elevadas ao máximo a partir dos anos 1980, momento em que indivíduos de classes sociais marginalizadas passam a registrar seus nomes em quaisquer superfícies pela cidade, como uma maneira de mostrarem a sua existência na sociedade (GITAHY, 1999). Isso deu início a formação de coletivos, novos

símbolos se espalharam pelos muros e o desafio de pichar lugares pouco acessíveis se difundiu.

A pichação política coexiste com a pichação desses grupos, mas emerge, principalmente, em momentos de ebulição de movimentos sociais, quando direitos precisam ser reivindicados. Além disso, as duas se diferem, na maioria das vezes, quanto ao executor: o primeiro tipo geralmente é realizado por participantes de algum movimento social, enquanto a segunda não necessariamente, sendo associada, geralmente, a grupos marginalizados.

A pichação pode ser definida como uma intervenção composta por frases curtas escritas em muros da cidade, de caráter transgressor, e, nos primórdios, político. Para Gitahy a pichação assume uma gama de significados, porém, de forma simplificada a define como “[...] ação ou efeito de pichar; escrever em muros e paredes; aplicar piche em; sujar com piche [...]” (1999, p. 13). Ainda segundo o autor:

Assim como o graffiti, a pichação interfere no espaço, subverte valores, é espontânea, gratuita e efêmera. Uma das diferenças entre o graffiti e a pichação é que o primeiro advém das artes plásticas e o segundo da escrita, ou seja, o graffiti privilegia a imagem; a pichação, a palavra e/ou a letra. (GITAHY, 1999, p. 12).

A pichação desobedece qualquer padrão estético imposto pela arte, estabelecendo um diálogo entre o transeunte, a cidade e o próprio pichador, expondo a existência de grupos marginalizados, mas também ideologias de grupos contrários ou a favor de um regime político ou sistema de governo. A seguir apresenta-se um exemplo de pichação política contemporânea. Percebe-se que a pichação continua a ser uma forma bastante atual de manifestação.

Figura 2 - Exemplo de pichação política



Fonte:BERGAMO, 2016, *online*.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tratou-se de uma pesquisa aplicada, pois esperou compreender um fenômeno específico (GERHARDT; SILVEIRA, 2009), de cunho exploratório, ou seja, se propôs a ser um estudo preliminar sobre o assunto a fim de analisá-lo e conhecê-lo (GIL, 2007 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

O método utilizado foi a netnografia, que, segundo Pinto e outros (2009, *online*) é “[...] uma abordagem ressignificada da etnografia, (conceito antropológico) para pesquisas de marketing visando os estudos de comportamentos de consumidores no ambiente virtual.”. O termo foi criado na década de oitenta por Robert V. Kozinets, que aplicou as técnicas amplamente utilizadas pela etnografia para estudar essas comunidades virtuais (PINTO, 2009).

Kozinets acreditava que a abordagem etnográfica era essencial a pesquisas relacionadas ao ambiente virtual e sua observação (KOZINETS, 2002 apud PINTO; et al., 2009). Apesar de ter sido utilizado pela área de marketing, atualmente o conceito não é utilizado apenas para se referir à análise do comportamento de consumidores, mas de quaisquer “[...] usuários de informação em ambientes virtuais.” (PINTO; et al., 2009, *online*).

3.1 CAMPO EMPÍRICO DA PESQUISA

O campo empírico constituiu-se por membros do Twitter, *microbloggin* e rede social digital, lançado nos Estados Unidos em 2006, por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass (TWITTER, 2018). Antes era caracterizado pelo uso de apenas 140 caracteres para os *tweets* - como são conhecidas as postagens dessa mídia social -, o que mudou em 2017, quando se decidiu disponibilizar o dobro de caracteres por postagem.

A escolha do Twitter se deu por causa da dinamicidade com a qual os seus membros conseguem expor suas ideias e também pelos debates sociais e políticos que ganham outra proporção e visibilidade quando tratados nele: como exemplo tem-se as supracitadas manifestações ocorridas por conta do aumento das passagens do transporte público, as referentes ao assassinato da Vereadora Marielle Franco e as a favor do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff.

Além disso, o monitoramento do Twitter se alinha com a proposta de uso da netnografia. Dito isso, cabe explicar como ocorreu esse acompanhamento da mídia social: ele se deu durante 31 dias – do dia 9 do mês de abril ao dia 9 do mês de maio resolveu-se verificar o uso de quatro *hashtags*: #foradilma, #lulapreso, #foratemer e #mariellepresente. A escolha desses marcadores ocorreu porque cada um deles, além de evidenciar algum fato sobre a política recente, também apresentam discursos heterogêneos relevantes para o estudo.

3.2 POPULAÇÃO

A população da pesquisa são alguns usuários das *hashtags* citadas acima. Durante o monitoramento da referida rede social digital alguns perfis se destacaram pela assiduidade com que usavam os marcadores. Optou-se por escolher indivíduos que usaram uma destas palavras-chave pelo menos duas vezes no Twitter, mas que também se manifestavam politicamente de maneira contundente em seus perfis. No final 36 perfis foram selecionados a partir desses dois critérios para servir de amostra, nove para cada *hashtag* aqui estudada.

3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS E ABORDAGEM AO CAMPO EMPÍRICO

Como técnicas de coleta de dados usaram-se pesquisa bibliográfica e questionário e como abordagem ao campo empírico a observação sistemática. A pesquisa bibliográfica contribui para a construção do trabalho, visto que “Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto.” (FONSECA, 2002 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 37).

O questionário, “[...] instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante, sem a presença do pesquisador.” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 69), pareceu se adequar mais a proposta da pesquisa já que não há proximidade com os membros da amostra.

Este foi constituído por onze perguntas abertas e fechadas, como mostrado no Apêndice B. As perguntas abordam a relação dos respondentes com as mídias sociais e política, além das suas percepções acerca da pichação política. O questionário foi enviado por meio dos perfis dos indivíduos selecionados – nos casos em que o indivíduo não deixava aberta a possibilidade de envio de mensagem pelo Twitter, houve o envio pelo Facebook -, e submetido a eles pelo Google Forms.

A observação sistemática, também conhecida como observação não participante, é usada “[...] em pesquisas que requerem uma descrição mais detalhada e precisa dos fenômenos ou em testes de hipóteses.” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 74). Nela, “O pesquisador não se integra ao grupo observado, permanecendo de fora. Presencia o fato, mas não participa dele, não se deixa envolver pelas situações, faz mais o papel de espectador.” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 74).

4SISTEMATIZAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Aqui se apresentam os dados obtidos por meio da pesquisa netnográfica e do questionário, bem como algumas considerações embasadas pela pesquisa bibliográfica.

4.1 DADOS NETNOGRÁFICOS

Para as pesquisas realizadas no Twitter utilizou-se o a ferramenta “filtro de buscas”, que permitiu um refinamento das mesmas. Essa ferramenta nos leva a página intitulada “busca avançada”, vista na Figura 3, que possibilita a realização de pesquisas por palavras, pessoas, locais e datas, cada uma dessas seções apresentam subseções que tornam os resultados ainda mais específicos.

O procedimento foi o mesmo para cada marcador: buscaram-se as *hashtags* no campo de mesmo nome, em locais selecionou-se perto do Rio de Janeiro, escolheu-se como idioma o português e as datas diferiram de acordo com os aspectos históricos de cada palavra-chave. É necessário explicar que a princípio foram feitas pesquisas retrospectivas sobre os marcadores e depois buscas diárias.

As pesquisas mais retrospectivas serviram para expor a evolução das *hashtags* num passado não muito distante, mas também para mostrar o que aconteceu nos períodos estipulados, que foram escolhidos a partir da observação do cenário político, o que é explicado brevemente em cada tópico abaixo. Todas as pesquisas retrospectivas foram realizadas no dia 9 de abril – por esse motivo todas as datas finais destas buscas foram esse dia.

Já as pesquisas diárias, ocorridas durante trinta e um dias, apresentam dados mais recentes sobre os marcadores e, por esse mesmo motivo, mostram o que tem sido discutido atualmente sobre os sujeitos que inspiraram as *hashtags*, mas também o contexto atual da política enviesada por seus respectivos personagens aqui tratados. Enviesada porque não expõe completamente o *status* do governo, mas propõe uma reflexão sobre alguns pontos relacionados a ele.

Já de antemão vale dizer que provavelmente a quantidade de *tweets* utilizando as *hashtags* estudadas não reflita o estado real do uso desses marcadores. Isso por causa das

políticas do Twitter e/ou com seu modo de recuperar os posts. Segundo a página de ajuda da mídia social, existem cinco possibilidades para algumas postagens desaparecerem: quando o conteúdo é abusivo de alguma forma, quando o indivíduo bloqueia a visualização dos *tweets*, quando há alguma limitação técnica na rede social, quando o Twitter está fazendo experimentos ou quando os posts violam alguma lei (HOW..., c2018).

Além disso, segundo o *site* Olhar Digital (2013) em matéria sobre novas funcionalidades do Twitter, nem todos os *tweets* serão recuperados, pois essa rede social digital só entrega as postagens que julga mais importante: isso é medido pelo número de *retweets* (compartilhamento de um post), *likes* ou cliques (TWITTER..., 2013). Ou seja: os números mostrados abaixo talvez não reflitam o estado real do uso das *hashtags* durante os períodos estudados, mas podem dar alguma ideia sobre o mesmo.

4.1.1 #foradilma

Foi uma *hashtag* muito usada por indivíduos contrários ao governo da ex-presidente Dilma Rousseff, principalmente após a sua reeleição em 2014. Foram adotados os mesmos procedimentos descritos na seção acima. Como data inicial escolheu-se o dia 1º de janeiro de 2015, primeiro dia do segundo mandato de Dilma. Optou-se por essa data porque, desde meados do ano de 2014, era perceptível certo descontentamento quanto as escolhas da então presidente, e, a sua reeleição claramente causaria alguma comoção no ambiente *online*.

A Figura 3 mostra a interface da ferramenta “Busca avançada”, bem como os dados usados para a pesquisa da #foradilma.

Figura 3 - Busca avançada para #foradilma



Fonte: A autora, 2018.

Esta pesquisa recuperou 811 *tweets*. Os dias com mais uso foram o dia 15 de março de 2015, data do primeiro evento pró-impeachment, em que o marcador foi usado 179 vezes; o dia 16 de agosto do mesmo ano, data marcada por manifestações contra Dilma em todo território nacional, no qual houve 32 ocorrências da *hashtag*; e o dia 13 de março de 2016, dia do “[...] maior protesto anti-Dilma da história.” (VIDIGAL, 2016, *online*), em que foi utilizada 52 vezes. Mais dados sobre o marcador podem ser vistos no Apêndice C.

De maneira geral, nota-se que a *hashtag* foi bastante utilizada em dias de manifestação, tanto como forma de divulgar o que estava acontecendo nas ruas, quanto para apoiar os movimentos ocorridos.

No monitoramento diário, realizado até o dia 9 de maio de 2018, apenas duas ocorrências foram recuperadas: uma no dia 18 de abril e outra no dia 30 do mesmo mês. Abaixo, para ilustrar, tem-se um exemplo de conteúdo vinculado ao marcador, recuperado no dia 18 de abril deste ano.

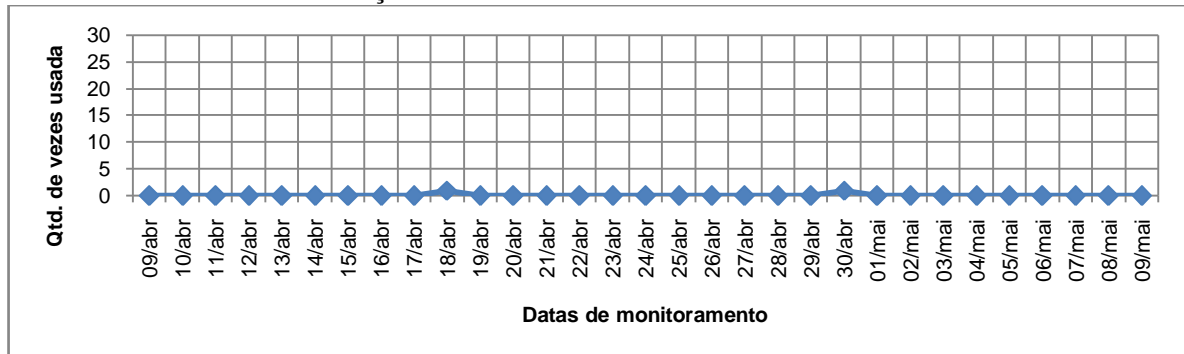
Figura 4- *Tweet* utilizando #foradilma no dia 18 de abril



Fonte: Dados de pesquisa, 2018.

A seguir está um gráfico mostrando a relação de dias de monitoramento e a quantidade (qtd.) de vezes que esse marcador foi utilizado.

Gráfico 1 - Evolução da #foradilma durante um mês de monitoramento



Fonte: A autora, 2018.

4.1.2 #lulapreso

Colocou-se a #lulapreso no campo de busca referente à *hashtags*, selecionou-se o idioma português, como locais próximos selecionou-se o Rio de Janeiro e como data inicial usou-se 12 de julho de 2017, dia em que o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva foi sentenciado pelo juiz Sérgio Moro a quase dez anos de prisão pelo caso do triplex do Guarujá, e como data final a data do início da pesquisa. A escolha da data se deu porque se considerou que a sentença geraria alguma movimentação no Twitter.

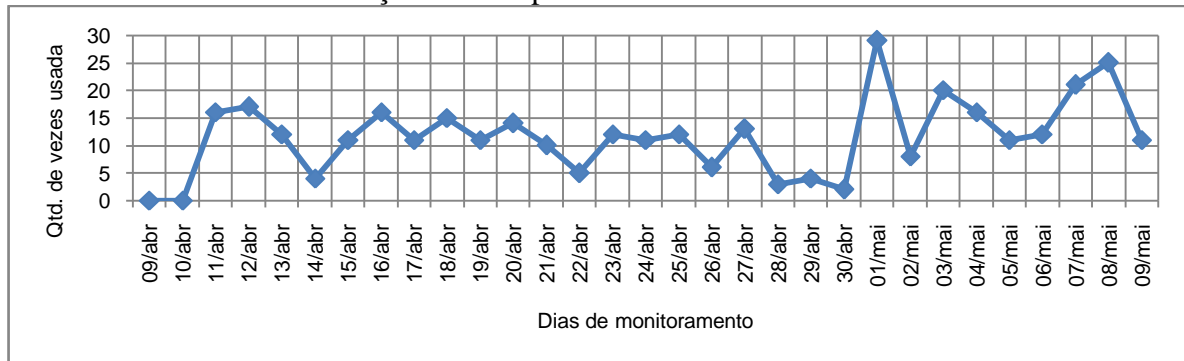
Da primeira data estipulada ao dia 5 de abril de 2018 o marcador foi usado apenas três vezes. No dia da prisão de Lula, 7 de abril de desse ano, #lulapreso foi usada somente uma vez, mas no dia seguinte foi usada 78 vezes. Nos 31 dias de monitoramento duas datas chamam atenção: 19 de abril – final do Big Brother Brasil 18, em que a vencedora do *reality*, Gleici Damasceno, ao sair do confinamento, grita “Lula livre” - e primeiro de maio, dia em que alguns eventos pela soltura do ex-presidente ocorreram.

Figura 5 - Tweet utilizando #lulapreso no dia 19 de abril



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A seguir é apresentado um gráfico referente à evolução da #lulapreso durante o monitoramento diário.

Gráfico 2 - Evolução da #lulapreso durante um mês de monitoramento

Fonte: A autora, 2018.

4.1.3 #foratemer

Adotou-se o mesmo método das outras hashtags com essa: a #foratemer foi colocada no campo de busca referente à *hashtags*, o idioma selecionado foi o português, em locais próximos o Rio de Janeiro e como data inicial utilizou-se 31 de agosto de 2016, dia que Michel Temer foi empossado como presidente, e, como data final, a data do início da pesquisa: 879 *tweets* foram recuperados nessas condições. Dados complementares podem ser visto no Apêndice D.

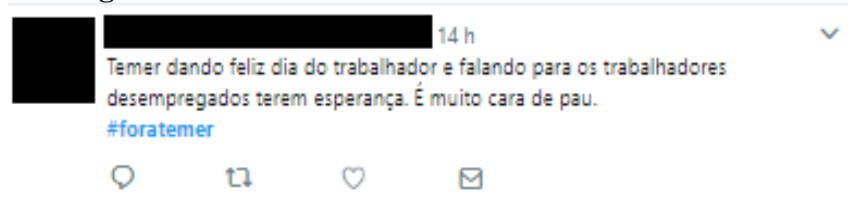
Em 2016 os seguintes dias chamam a atenção: os dias 31 de agosto de 2016 – dia do primeiro pronunciamento de Temer como presidente -, 4 de setembro – domingo de manifestações em todo o Brasil contra o governo e por eleições diretas – e no dia 7 de setembro – primeiro Dia da Independência de Temer como presidente, que foi marcado por alguns protestos na parada militar -, neles a *hashtag* foi usada 26, 14 e 13 vezes respectivamente.

Em 2017 os dias 15 de março – dia de paralisação nacional contra as reformas trabalhista e da previdência -, 28 de abril – dia de greve nacional contra as reformas -, e 18 de maio – dia em que Temer afirmou que não renunciaria apesar da denúncia dos donos da JBS (AMARAL; BARBOSA, 2017) – foram os dias com maior número de *tweets* utilizando a #foratemer (usada 14, 21 e 41 vezes respectivamente).

A primeira semana do mês de maio de 2018 mostrapracamente uma constante no número de *tweets* em que #foratemer é usada. Isso ocorreu por conta de um pronunciamento de Michel Temer em rede nacional, no dia 30 de abril, em que parabenizava o trabalhador

antecipadamente pelo seu dia e abordava o seu consentimento quanto ao reajuste do valor do Bolsa Família e ao aumento no salário mínimo.

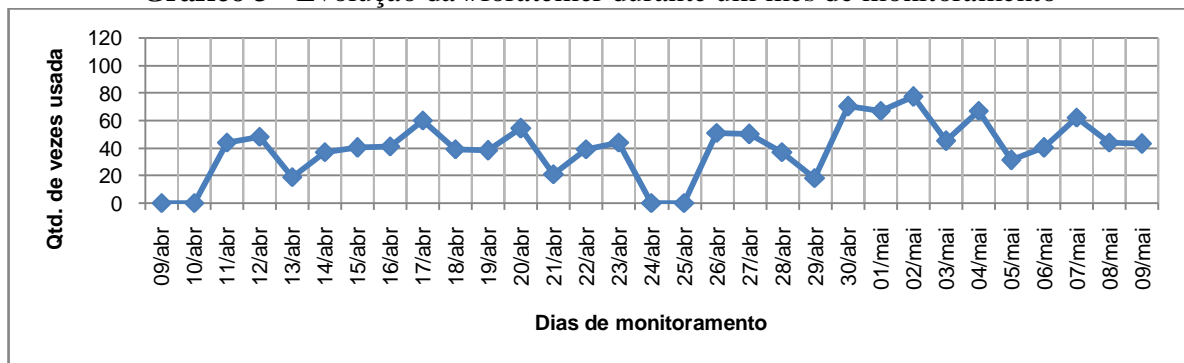
Figura 6- *Tweet* utilizando #foratemer no dia 30 de abril



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Subsequentemente está disposto mais um gráfico, dessa vez sobre a quantidade que a #foratemer foi usada durante os trinta e um dias de monitoramento na referida mídia social.

Gráfico 3 - Evolução da #foratemer durante um mês de monitoramento



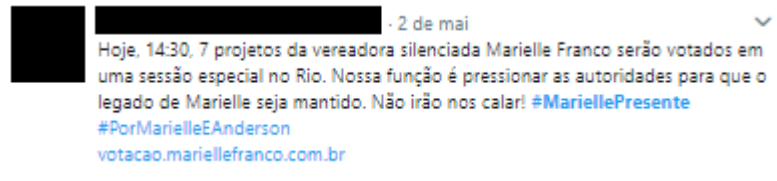
Fonte: A autora, 2018.

4.1.4 #mariellepresente

Foi aplicado o mesmo procedimento para a #mariellepresente, mesmo local utilizado e mesmo idioma, porém, como data inicial utilizou-se o dia 14 de março de 2018, dia do assassinato de Marielle Franco, vereadora do Rio de Janeiro, e de seu motorista, Anderson Gomes, pois julgou-se que haveria alguma comoção referente ao caso no Twitter a partir desse dia. A pesquisa recuperou 134 *tweets*, sendo bastante utilizada no dia seguinte ao assassinato de Marielle (41 vezes).

Nos trinta e um dias de pesquisa duas ocasiões tornaram-se notáveis: os dias 14 de abril e 2 de maio. Nesta primeira data completou-se um mês da execução de Marielle e Anderson, um dia de mobilização, o que explica as 101 ocorrências da *hashtags* no Twitter; na segunda, dia de votações para aprovação de sete projetos de lei criados pela vereadora, #mariellepresente foi utilizada 57 vezes.

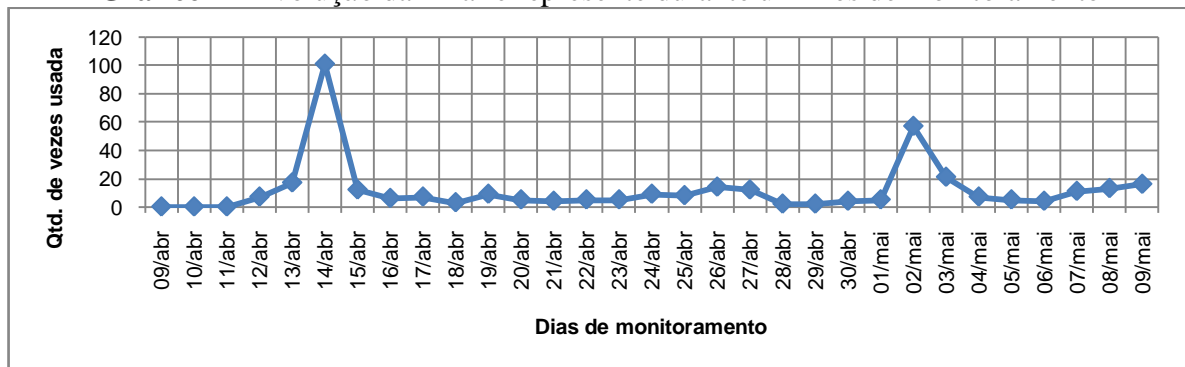
Figura 7 - Tweet utilizando #mariellepresente no dia 2 de maio



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A seguir, mais um gráfico para ilustrar a frequência com que essa *hashtag* foi utilizada durante o monitoramento dia a dia.

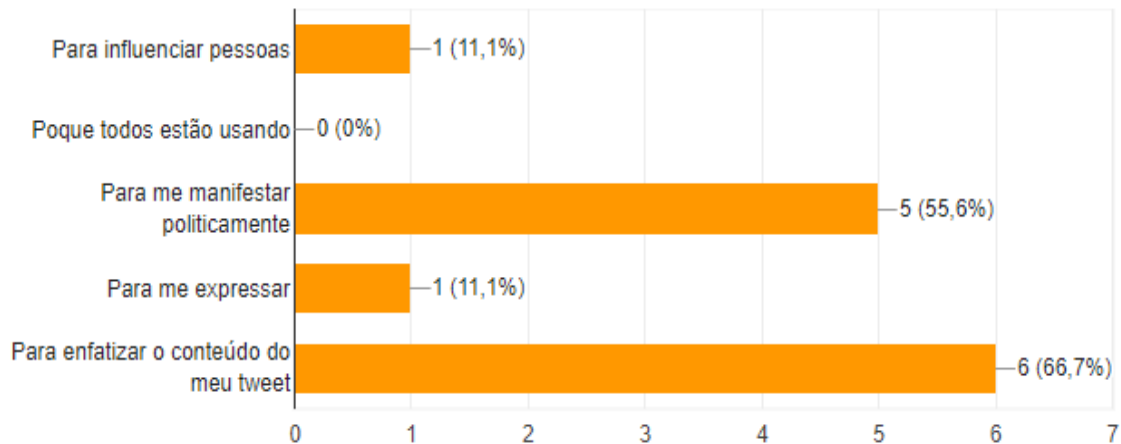
Gráfico 4 - Evolução da #mariellepresente durante um mês de monitoramento



Fonte: A autora, 2018.

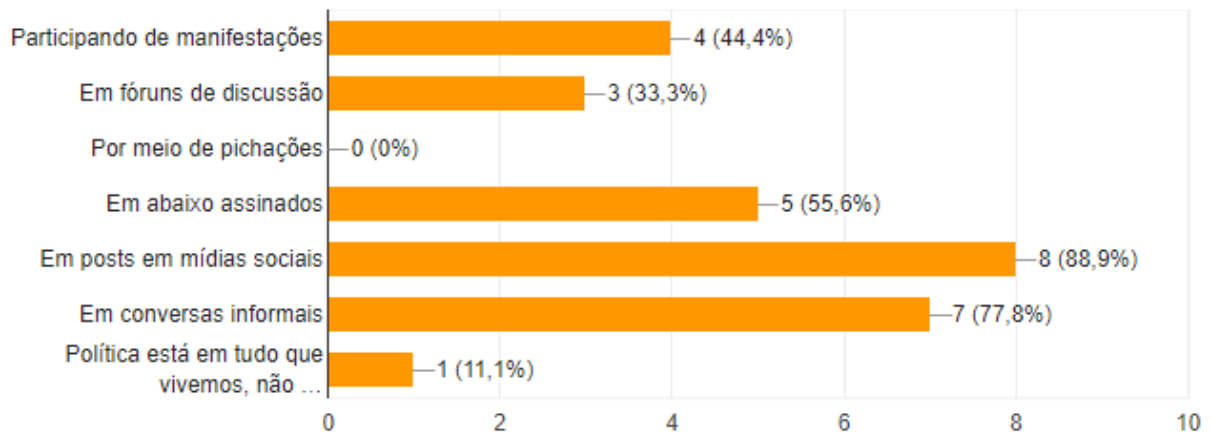
4.2 DADOS OBTIDOS POR MEIO DO QUESTIONÁRIO

O questionário, enviado a 36 pessoas, obteve 9 respostas, ou seja, 25% de aceção pelos respondentes. A maioria desses utiliza *hashtags* para enfatizar o conteúdo das suas postagens e para se manifestarem politicamente, o que adequa a proposta do ciberativismo, já que há em algum tipo de mobilização política por meio do uso desses marcadores.

Gráfico 5- Motivos pelos quais as pessoas usam *hashtags*

Fonte: A autora, 2018.

Além do uso de *hashtags* as pessoas, obviamente, costumam se manifestar de outras formas. Grande parte dos indivíduos faz isso por meio de postagens em mídias sociais, o que se relaciona com a ideia de Castells sobre o conceito de autocomunicação das massas, já que esse tipo de mídia permite a livre criação de conteúdos e seu compartilhamento (CASTELLS, 2013 apud BESSANE, 2013).

Gráfico 6- Formas de se manifestar politicamente dos respondentes

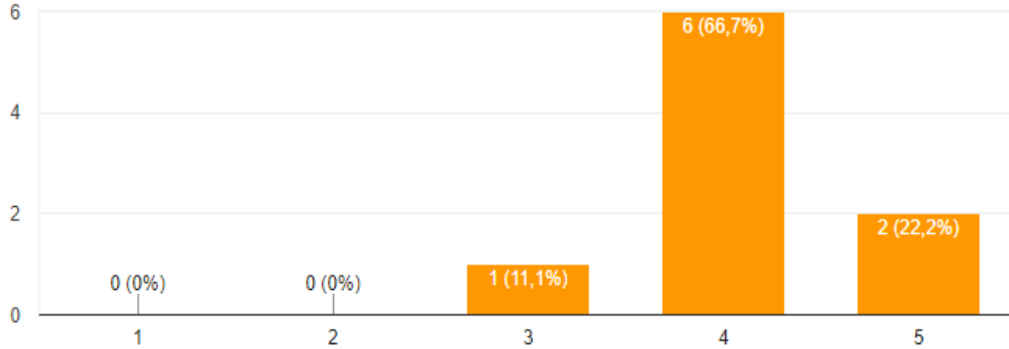
Fonte: A autora, 2018.

Um dos sujeitos questionados, que será chamado aqui de Sujeito 9, disse sobre as maneiras que utilizava para se manifestar politicamente: “Política está em tudo que vivemos, não apenas em eleições. Vivemos e respiramos política, mesmo os que dizem não se interessar. Procuo debater e ouvir diversos lados e opiniões, mesmo que seja divergente do que penso.” o que lembra o que Aristóteles (2009) dizia sobre a natureza política do homem.

Pode-se dizer que a maioria dos sujeitos da pesquisa é bastante engajada politicamente. Para saber isso foi feita uma escala de um a cinco: um era atribuído a total falta

de interesse por política enquanto cinco era conferido ao engajamento máximo com relação a ela.

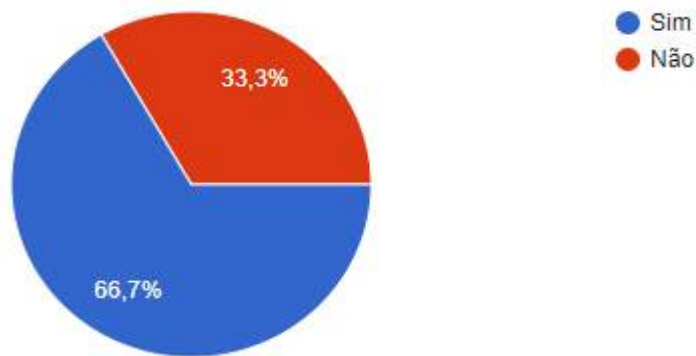
Gráfico 7- Relação dos sujeitos com a política



Fonte: A autora, 2018.

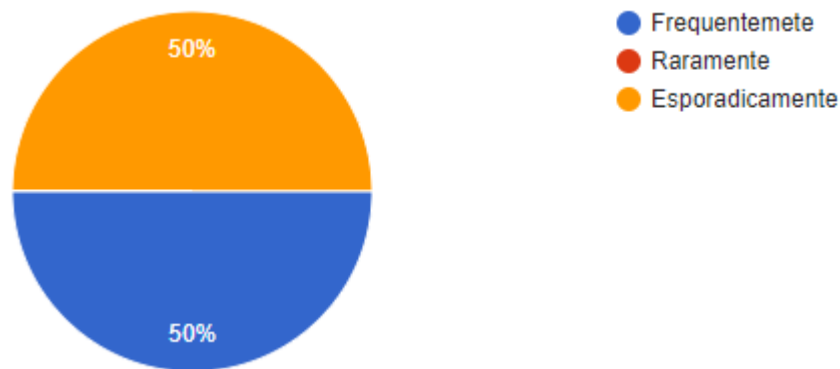
Esse grande nível de interesse se reflete na quantidade de respondentes que já participaram de manifestações de cunho político/social em seu bairro e/ou cidade: 66,7% deles já participaram de algum tipo de evento desse tipo. Esses movimentos são permitidos porque vivemos em um regime democrático que admite manifestações desse tipo.

Gráfico 8- Indivíduos que já participaram de manifestações em seu bairro ou cidade



Fonte: A autora, 2018.

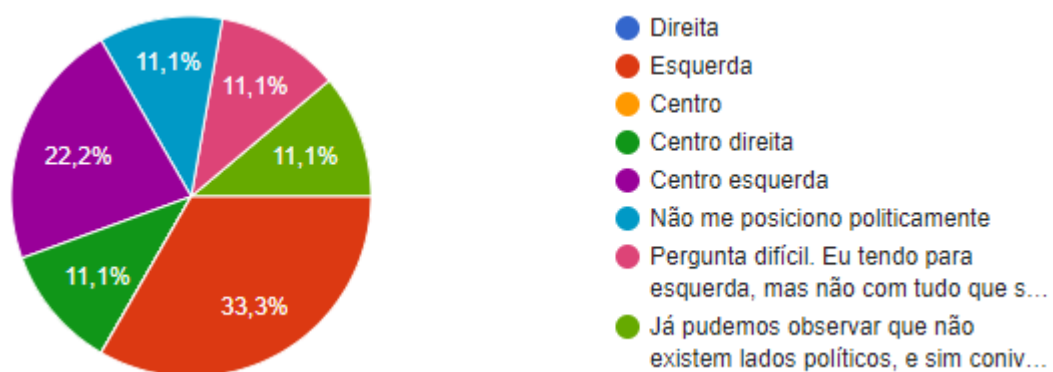
Dos seis indivíduos que já participaram de manifestações, a metade participa frequentemente, enquanto a outra se associa a elas de forma esporádica.

Gráfico 9- Frequência de participação em manifestações

Fonte: A autora, 2018.

Quanto a posição política, percebe-se certa heterogeneidade: três respondentes se consideram de esquerda, dois de centro/esquerda, um de centro/direita enquanto os Sujeitos 4 e 9, respectivamente, afirmaram: “Pergunta difícil. Eu tendo para esquerda, mas não com tudo que se prega. É difícil escolher um lado no Brasil.” e “Já pudemos observar que não existem lados políticos, e sim convivência política. Alianças políticas são feitas por benefícios próprios e não pela teórica ideologia política.”.

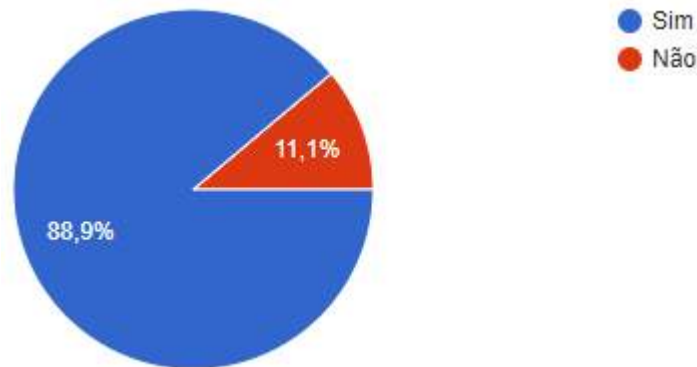
Comentários desse tipo se devem a instabilidade política do país, que é confirmada em jornais, portais *online* e foi evidenciada pelo monitoramento do Twitter, onde seus membros encontram um ambiente propício para manifestar seu descontentamento.

Gráfico 10- Posição política dos sujeitos

Fonte: A autora, 2018.

Quanto a conversas sobre política no ambiente *online*, a maioria dos indivíduos crê que elas contribuem para a mudança social, assim como o que foi atestado pela F/Nazca Saatchi&Saatchi, em 2015, em seu estudo intitulado Democracia e consumo.

Gráfico 11 - Pessoas que acreditam que conversas em redes sociais digitais contribuem para a mudança social



Fonte: A autora, 2018.

Ao justificar o fato de acreditarem que essas conversas contribuem para a mudança social, o Sujeito 3 disse que “Qualquer troca de ideias possui potencial para mudanças sociais. O alcance amplo da internet propicia efeitos mais rápidos e efetivos.” o que reflete a dinamicidade da comunicação nas redes sociais digitais, impulsionada por suas funcionalidades.

O Sujeito 1 disse que “A manifestação em rede social serve como termômetro da opinião pública.” o que não deixa de ser verdade, já que, como foi visto na subseção anterior, muitas pessoas contrárias ao governo de Dilma Rousseff se manifestaram quanto a isso no Twitter, atestando sua baixíssima aprovação, e o mesmo ocorre até hoje com relação ao governo de seu sucessor com alto índice de rejeição.

Sujeito 6 afirmou: “Como estamos em uma democracia, cada um tem o direito de expor sua opinião, e o debate sempre é a melhor forma, seja presencial ou virtualmente, cada um tem o direito de expor seus pensamentos.”, o que remete às premissas da democracia, que, conforme Touraine (1996), entende a sociedade civil como parte importante das discussões sobre pautas de interesse comum.

A opinião do Sujeito 9 tem ligação às considerações de Ciribelli e Paiva (2011) a respeito da diferença entre as mídias tradicionais e a Web, já que as primeiras são canais de transmissão onde a informação passa por diversos tratamentos e a segunda permite a procura por vários lados de uma mesma história:

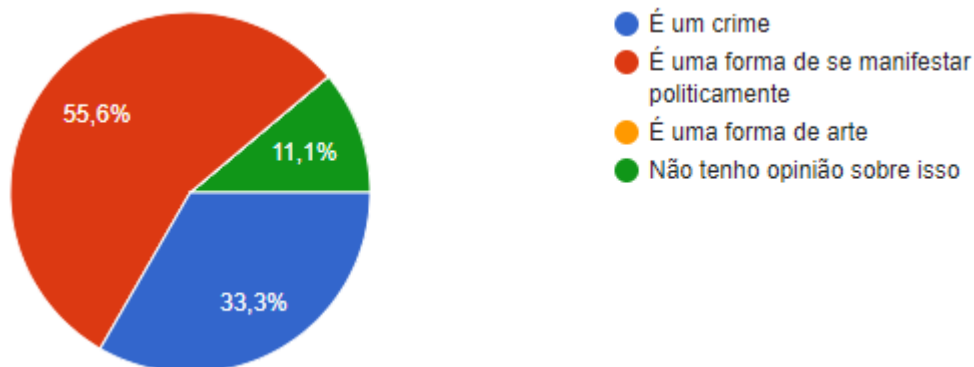
Ao contrário de informações passadas pela televisão, onde há um enquadramento sobre opiniões, na Internet podemos acessar diversas plataformas. Desta forma, ‘bebendo de várias fontes’, o indivíduo possui

condições maiores de formar a sua própria opinião. A restrição de informações baseadas em canais televisivos ou jornais impressos limitam a reflexão sobre todo e qualquer assunto.

Por outro lado, o Sujeito 4 disse: “Atualmente, as ‘discussões’ políticas na internet só servem para as pessoas reafirmarem as suas posições. É raro encontrar alguém aberto ao foro, de fato. Por isso, não há conversa, há monólogos assistidos.”, o que reflete certa insatisfação quanto aos rumos dos diálogos sobre política na Web, já que não são todos que estão abertos a lerem opiniões discordantes e aceitarem-nas.

Quanto a pichação política, a maior parte dos indivíduos que responderam o questionário acredita que ela é uma forma de se manifestar politicamente. Nesse sentido, pode-se dizer que elas se relacionam com as *hashtags*, já que ambas servem ao mesmo propósito: expressar opiniões acerca da política. Um respondente não tem opinião sobre o tema, enquanto três creem que esse tipo de pichação constitui uma forma de crime.

Gráfico 12- Opiniões sobre a pichação política



Fonte: A autora, 2018.

Ao ser questionado sobre a existência de relação entre o ativismo digital e esse tipo de pichação a maioria dos sujeitos afirmou que não há correlação entre as duas. O Sujeito 1 disse que “Sempre houve pichação antes mesmo da era digital.”, o que é verdade e pode ser visto na subseção sobre pichação. O Sujeito 4 disse que não tinha uma opinião formada sobre o assunto, por isso respondeu não haver conexão entre os dois fenômenos.

O Sujeito 8 afirmou “Só faz a pichação quem não tem argumentos.”, enquanto o Sujeito 9 disse:

A pichação – nos dias atuais – está associada ao vandalismo e a depredação do patrimônio público, diferentemente do ativismo digital. Em outro momento político, como, por exemplo, na ditadura militar, a pichação tinha outro viés, que era o político e uma forma de manifesto. O ativismo digital está inteiramente ligado a manifestações políticas. Levanta inúmeras

questões e divergências, e mostra a intolerância do ser humano escancarada. Que existe não somente no âmbito político, infelizmente [...]

De fato, quando a pichação surgiu no Brasil era carregada de significado político por causa do contexto do país – era década de 1960, época da ditadura civil-militar – o que contribuiu muito para o conteúdo das mensagens escritas nos muros da cidade (PICHANÇA..., [201-]); entretanto, essa colocação é facilmente contestável se observarmos a existência de pichações políticas como as referentes a vereadora Marielle Franco, que são bem recentes.

Figura 8 - Pichação Marielle Presente



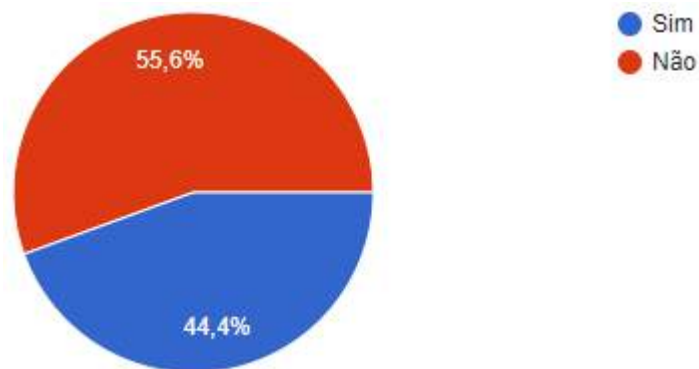
Fonte: MARCHA..., 2018.

O Sujeito 6 acredita que “Não tem como saber, pois nem todo mundo age do mesmo jeito, alguns são radicais, outros não, cada um age de uma maneira, então é impossível generalizar.”. Em contrapartida tem-se os comentários do Sujeito 3 e do Sujeito 2 que disseram respectivamente: “Atualmente, o ativismo digital é o ponto de partida para toda atuação política.” e “A influência dos jovens nas mídias sociais contribuem para as pichações políticas.”.

Essas últimas considerações também se adequam as concepções de Alcântara (2014), quando a autora aborda a questão da mobilização impulsionada pelas mídias, e as de Castells (2013 apud BRESSANE, 2013), quando o sociólogo afirma que as redes sociais digitais são bastante favoráveis para a mobilização política. Quanto aos Sujeitos 5 e 6: o primeiro disse “Nunca tinha pensado nisso, mas um #mariellepresente num muro virtual é muito similar a um muro real...” e o segundo que “Todo espaço é político.”.

A posição do Sujeito 5 é relevante, pois possibilita uma reflexão pertinente: um grande número de pichações políticas que são vistas nos muros da cidade apresentam o mesmo conteúdo das *hashtags*: como é exemplificado nas Figuras 2 e 8, as frases “fora Temer” e “Marielle Presente” estão registradas no espaço urbano, assim como as #foratemer e #mariellepresente são expostas nas redes sociais. O que muda é o suporte, a mensagem é a mesma.

Gráfico 13- Considerações sobre a existência de relação entre o ativismo digital e a pichação política



Fonte: A autora, 2018.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mídias sociais representam um grande instrumento de interação, mas também de mobilização, e, nos últimos anos, elas têm se tornado bastante relevantes tanto para a divulgação de movimentos quanto para sua criação e manutenção. Essas redes sociais digitais possibilitaram uma maior liberdade dos indivíduos em relação ao conteúdo, e, por esse motivo tornaram-se ambientes favoráveis à organização de ações sociais (CASTELLS, 2013 apud BRESSANE, 2013).

O alcance dessas mídias pôde ser confirmado no monitoramento do Twitter, onde muitos eventos foram divulgados e certa mobilização foi vista. É possível pontuar como exemplos os eventos a favor do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, os protestos recentes realizados como forma de reivindicar as autoridades uma solução ao assassinato de Marielle Franco e Anderson Gomes e as manifestações contra o governo do presidente Michel Temer.

A autocomunicação das massas é facilmente reconhecida ao monitorar essas mídias e o ciberativismo é um fenômeno que ganha cada vez mais força por conta da instabilidade política do país. Provavelmente, tanto a pichação quanto o ativismo digital ainda crescerão muito nos próximos anos, pois os indivíduos continuarão encontrando nessas duas formas de manifestação a oportunidade de expor idéias e reivindicar direitos ou mudanças no governo.

Conclui-se que as mídias sociais são meios importantes para discussões sobre política e que as *hashtags* são instrumentos relevantes para a expressão do indivíduo sobre a mesma. Apesar de a pichação também ser uma ferramenta de expressão política, e de conter mensagens muitas vezes comuns as que estão nas redes sociais digitais, para os sujeitos da pesquisa, não há relação entre elas e o ativismo digital.

A história da pichação política comprova que ela independe de meios digitais para ocorrer: ela precisa muito mais de um contexto político e de uma organização entre pessoas que possibilite e incite esse tipo de intervenção. O que os ativistas digitais fizeram foi ampliar

essa organização entre os indivíduos, tornando muito mais rápida a sua comunicação e criando outra dinâmica para os movimentos sociais, que hoje têm as mídias sociais para se desenvolver.

Apesar disso, pode-se inferir que existem aproximações relevantes entre a pichação política e o que é difundido nas mídias sociais. Como prova tem-se as recentes pichações sobre o caso da vereadora Marielle Franco e o próprio conteúdo das *hashtags* que são iguais ou similares aos das referidas pichações. Supõe-se que, com outra amostra e o maior aceite dos sujeitos da pesquisa, a resposta ao problema de pesquisa seria outro.

Dito isso, torna-se pertinente um estudo futuro, mais aprofundado e com uma amostra maior e, portanto, mais representativa. Uma possibilidade interessante é entender o uso de marcadores em mais de uma mídia social e talvez comparar o uso dos mesmos nesses ambientes diferentes, como forma de conhecer melhor o ativismo por meio de *hashtags*. Outra abordagem interessante seria entender as pessoas que realizaram as pichações, contatá-los de alguma forma para saber da opinião delas sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

- ALCÂNTARA, Livia Moreira de. **Ciberativismo e dimensão comunicativa dos movimentos sociais**: repertórios, organização e difusão. 2014. 144 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Estudos Sociais e Políticos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.
- AMARAL, Luciana; BARBOSA, Bernardo. “Não renunciarei”, diz Temer após delação da JBL. **UOL Notícias**, Brasília, São Paulo, maio 2017. Seção Política. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/05/18/pronunciamento-de-temer.htm>>. Acesso em: 27 jun. 2018.
- ARAUJO, Willian F.; FREITAS, Ernani; C.; MONTARDO, Sandra. P. Ciberativismo como cultura de mobilização imanente à internet. In: PUHL, Paula Regina; SARAIVA, Juracy Assmann (Org.). **Processos culturais e suas manifestações**. Novo Hamburgo: Feevale, 2012, p. 163-190. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/Processos_culturais_e_suas_manifesta%C3%A7%C3%B5.html?id=T7SreVBTjFUC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 11 nov. 2017.
- ARENDDT, Hannah. **O que é política?** 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. Disponível em: <<http://cmapspublic.ihmc.us/rid=1PYFMTQP9-22F8RWK-2JWC/ARENDDT,%20Hannah.%20O%20que%20%C3%A9%20pol%C3%ADtica.pdf>>. Acesso em: 1 out. 2017.
- ARISTÓTELES. **A política**. Tradução de Nestor Silveira Chaves. 2. ed. rev. Bauru, SP: EDIPRO, 2009.
- BERGAMO, Marlene. Pichações contra o governo do presidente Michel Temer em Pinheiros, zona oeste de São Paulo. 2016. Altura:395 pixels. Largura: 620 pixels. 149,7 kb. Formato JPEG. 1 fotografia. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/10/1819569-pichacao-politica-ganha-forca-e-estampa-ruas-muros-e-paredes-de-sp.shtml>>. Acesso em: 8 dez. 2017.
- BRESSANE, Taís. **A autocomunicação de massas segundo Castells**. Cmais+:São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://cmais.com.br/educacao/ideias-inovadoras/fronteiras-do-pensamento/a-autocomunicacao-de-massas-segundo-castells>>. Acesso em: 1 dez. 2017.

CIRIBELI, João Paulo; PAIVA, Victor Hugo Pereira. Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 12, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/509/504>>. Acesso em: 7 nov. 2017.

F/NAZCA Saatchi&Saatchi . F/Radar: internet móvel, cidadania e consumo no Brasil, 2014. Disponível em: <<http://www.fnazca.com.br/index.php/2014/12/16/fradar-14%C2%AA-edicao/>>. Acesso em: 03 set. 2017.

F/NAZCA Saatchi&Saatchi. F/Radar: democracia e consumo, 2015. Disponível em: <<http://www.fnazca.com.br/index.php/2015/10/20/fradar-15%C2%AA-edicao/>>. Acesso em: 03 set. 2017.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.).**Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2009. (Educação a Distância).

GITAHY, Celso. **O que é graffiti?** São Paulo: Brasiliense, 1999.

GOETHALS, Karen; AGUIAR, Antónia; ALMEIDA, Eugénia. **História da internet**. 2000. Trabalho elaborado no âmbito da disciplina Gestão e Organização da Informação na Internet, Faculdade de Engenharia, Universidade do Porto, Porto, 2000.

HOW andwhen are my Tweets notseenbyeveryone? In: Help Center. [s. l]: Twitter, Inc., c2018. Disponível em: <<https://help.twitter.com/en/safety-and-security/tweet-visibility>>. Acesso em: 4 jul. 2018.

KELLY, Paul.**O livro da política**. 2. ed. São Paulo: Globo Livros, 2017.

MARCHA Marielle presente na Maré. CMI Brasil, Rio de Janeiro, mar. 2018. Disponível em: <<https://midia independente.org/?q=node/545>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

MIRANDA, Gustavo Lima de. **A história da evolução da mídia no Brasil e no mundo**. 2007. 43 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2007.

PICHAÇÃO “Abaixo a ditadura” (1968). **Memórias da ditadura**, São Paulo, [201-]. Disponível em: <<http://memoriasdaditadura.org.br/obras/pichacao-abaixo-ditadura-1968/index.html>>. Acesso em: 13 out. 2017.

PINTO, Virginia Benteset. al. Netnografia: uma abordagem para estudo de usuários no ciberespaço. **ACTAS**, Lisboa, n. 9, *online*, 2007. Disponível em: <<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/582/418>>. Acesso em: 26 nov. 2017.

SANTOS, Paulo Sérgio dos. **Escritas urbanas**: um estudo sobre a pixação e o graffiti na cidade de João Pessoa - PB. 2012. 108 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012.

SZYMBORSKA, Wislawa. **Poemas**. Seleção, tradução e prefácio de Regina Przybycien. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1998. ISBN 85-326-2079-5.

TOURAINÉ, Alain. **O que é a democracia?** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

TWITTER. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. [s. l.]: Wikipédia, 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

TWITTER agora permite busca por tweets antigos: antes só era possível encontrar mensagens com no máximo uma semana. **Olhar Digital**, [s. l.], abr. 2013. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/twitter-agora-permite-busca-por-tweets-mais-velhos/32493>>. Acesso em: 4 jul. 2018.

VIDIGAL, Luciane. Domingo é marcado pelo maior protesto anti-Dilma da história. **EM.com.br**, Minas Gerais, mar. 2016. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2016/03/13/interna_politica,743022/13-de-marco-registra-o-maior-protesto-anti-dilma-da-historia.shtml>. Acesso em: 27 jun. 2018.

APÊNDICE A – TERMO DE COMPROMISSO DA PESQUISA

PERGUNTAS

RESPOSTAS

Questionário - Trabalho de Conclusão de Curso (Universidade Federal do Rio de Janeiro)

Olá! Você foi convidado(a) a participar como colaborador(a) da pesquisa intitulada "Relações entre ativismo digital e pichação política".

Instituição: Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG)

Graduanda: Alice Ribeiro de Andrade Silva - E-mail: aliceribands@gmail.com
Orientadora: Juliana Horta de Assis Pinto - E-mail: juliana.assis@facc.ufrj.br

SOBRE A PESQUISA: este questionário destina-se a usuários de algumas hashtags trabalhadas na referida pesquisa, são elas: #foradilma, #lulapreso, #foratemer e #mariellepresente.

SOBRE O OBJETIVO: analisar o ativismo digital a fim de compreender sua ligação com a pichação política.

AVISO IMPORTANTE!

As informações obtidas através deste questionário serão utilizados apenas para fins acadêmicos, nenhum nome será divulgado.

APÊNDICE B – FORMULÁRIO DE PESQUISA (PARTE 1)

PERGUNTAS RESPOSTAS

1. Por que você usa hashtags? *

Para influenciar pessoas

Porque todos estão usando

Para me manifestar politicamente

Para me expressar

Para enfatizar o conteúdo do meu tweet

Outros...

2. Você já participou de manifestações de cunho político/social em seu bairro * ou cidade?

Sim

Não

3. Se sim, com que frequência você participa?

Frequentemente

Raramente

Esporadicamente

4. Você acredita que conversas sobre política na internet contribuem, em algum nível, para a mudança social? *

Sim

Não

5. Justifique a resposta da questão anterior. *

Texto de resposta longa

APÊNDICE B – FORMULÁRIO DE PESQUISA (PARTE 2)

PERGUNTAS **RESPOSTAS**

5. Qual a sua posição política? *

Direita

Esquerda

Centro

Centro direita

Centro esquerda

Não me posiciono politicamente

Outras...

7. Como você descreve sua relação com a política? *

	1	2	3	4	5	
Nada me interessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito engajado

8. Você manifesta sua posição política de que formas? *

Participando de manifestações

Em fóruns de discussão

Por meio de pichações

Em sites e redes sociais

Em posts em mídias sociais

Em conversas informais

Outras...

9. Qual sua opinião sobre a pichação política?

É um crime

É uma forma de se manifestar politicamente

É uma forma de arte

Não tenho opinião sobre isso

Outras...

10. Você acredita que o ativismo digital possui alguma relação com a pichação política? *

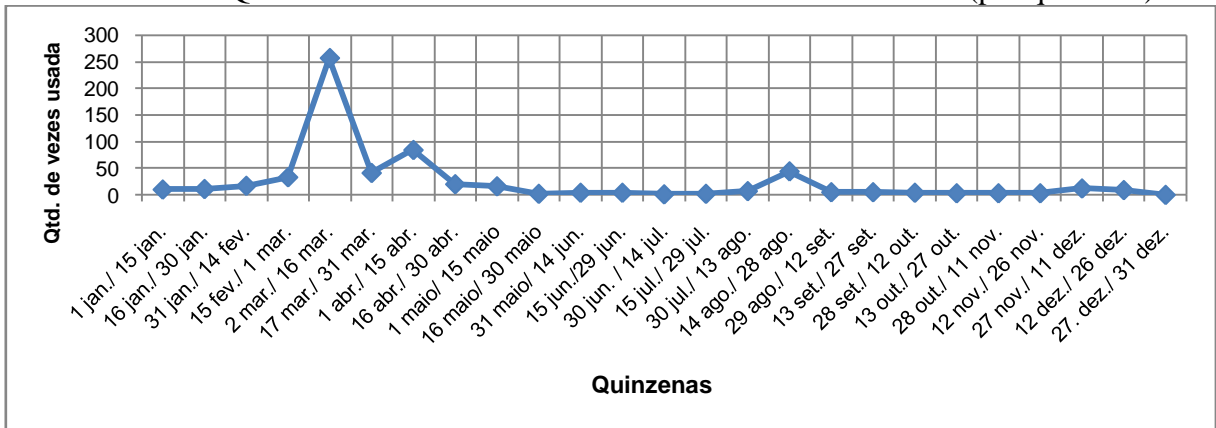
Sim

Não

11. Justifique a resposta da questão anterior. *

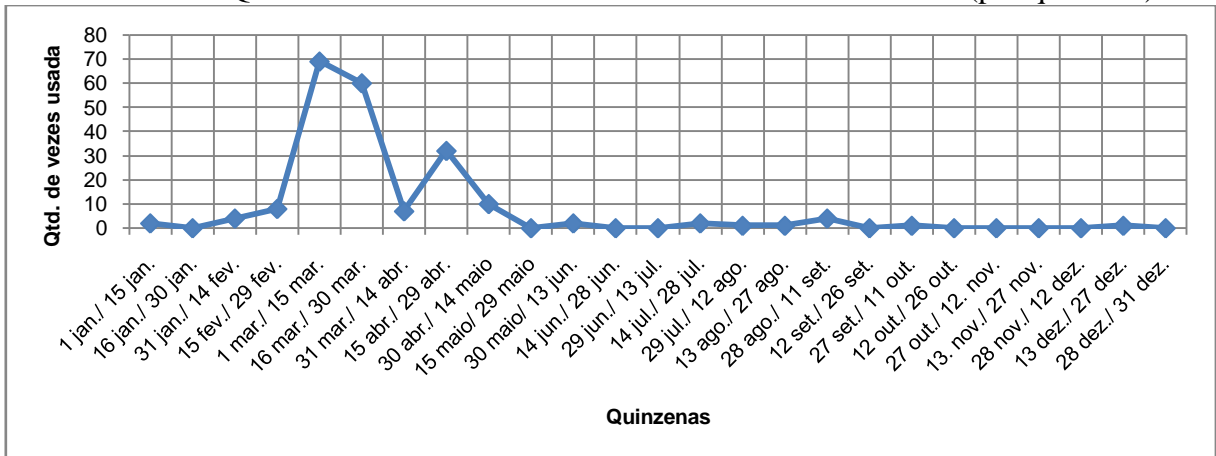
Escreva aqui seu e-mail se você quiser receber os resultados da pesquisa :)

Gráfico 14- Quantidade de *tweets* usando a #foradilmano ano de 2015 (por quinzena)



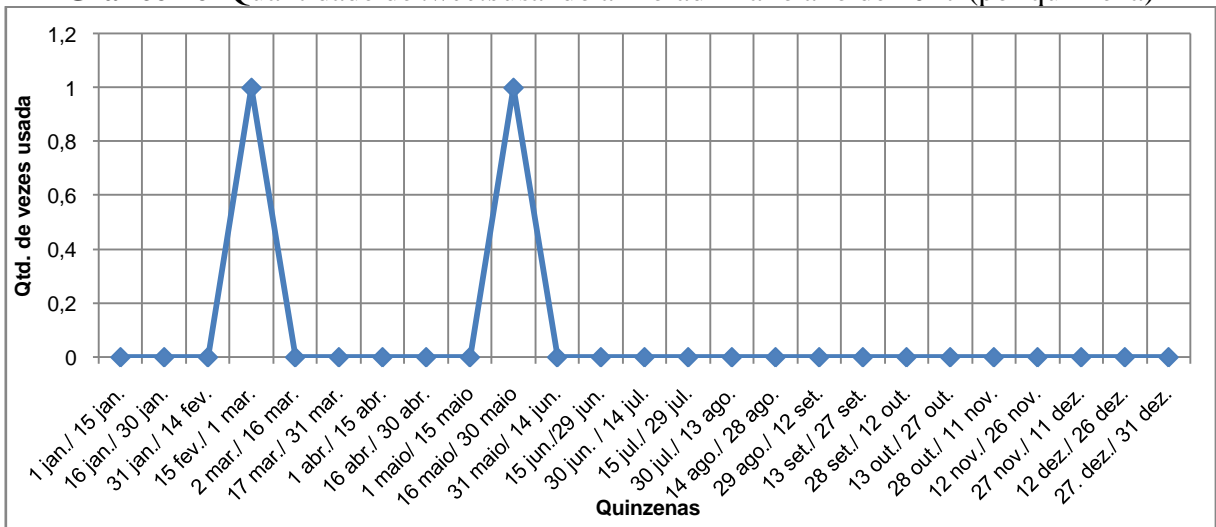
Fonte: A autora, 2018.

Gráfico 15- Quantidade de *tweets* usando a #foradilmano ano de 2016 (por quinzena)



Fonte: A autora, 2018.

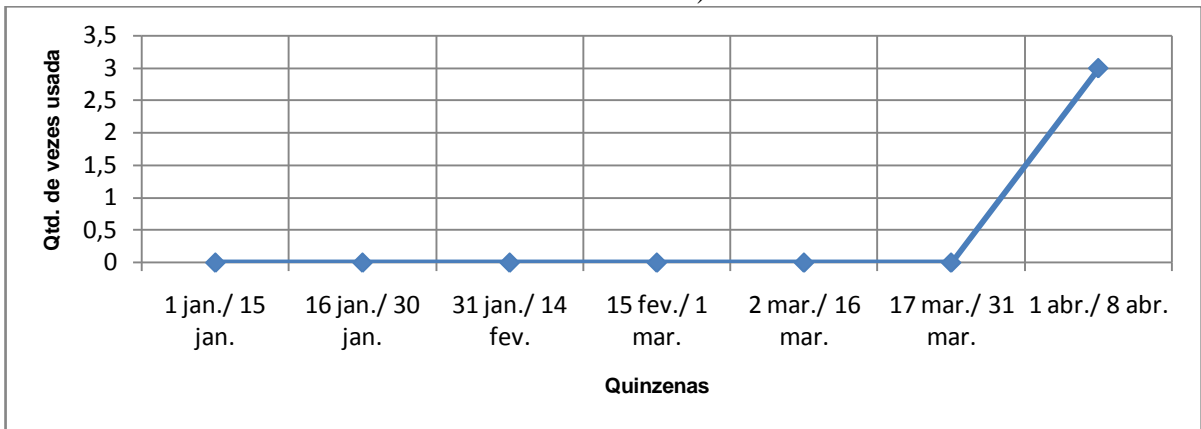
Gráfico 16- Quantidade de *tweets* usando a #foradilmano ano de 2017 (por quinzena)



Fonte: A autora, 2018.

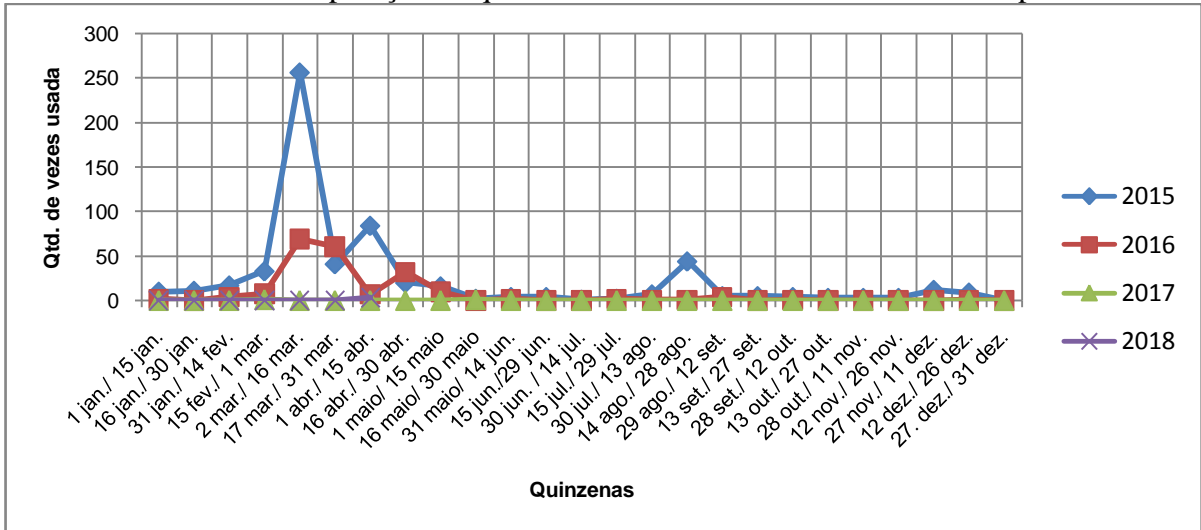
APÊNDICE C – DADOS RETROSPECTIVOS DA #FORADILMA (PARTE 2)

Gráfico 17- Quantidade de *tweets* usando a #foradilmano começo de 2018 (antes do monitoramento)



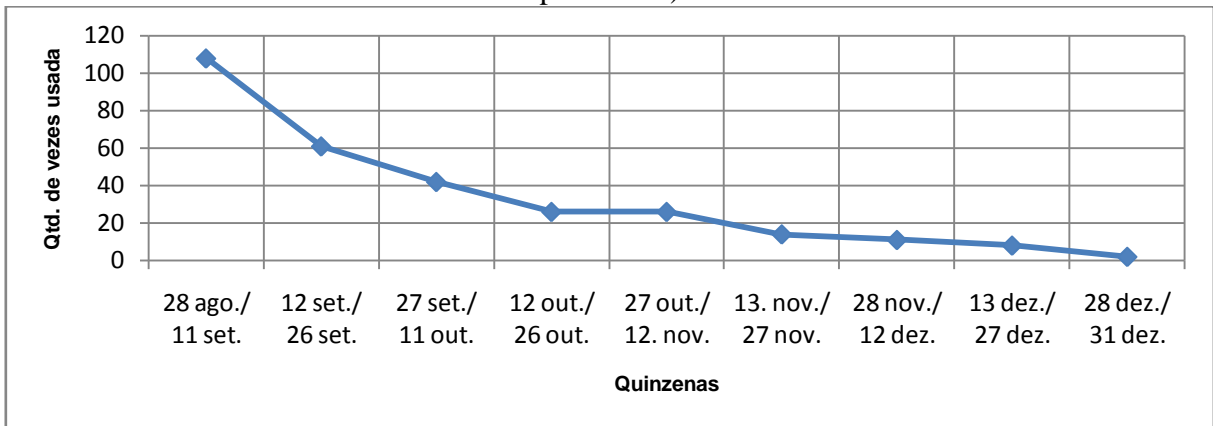
Fonte: A autora, 2018.

Gráfico 18 - Comparação da quantidade de *tweets* usando a #foradilma por ano



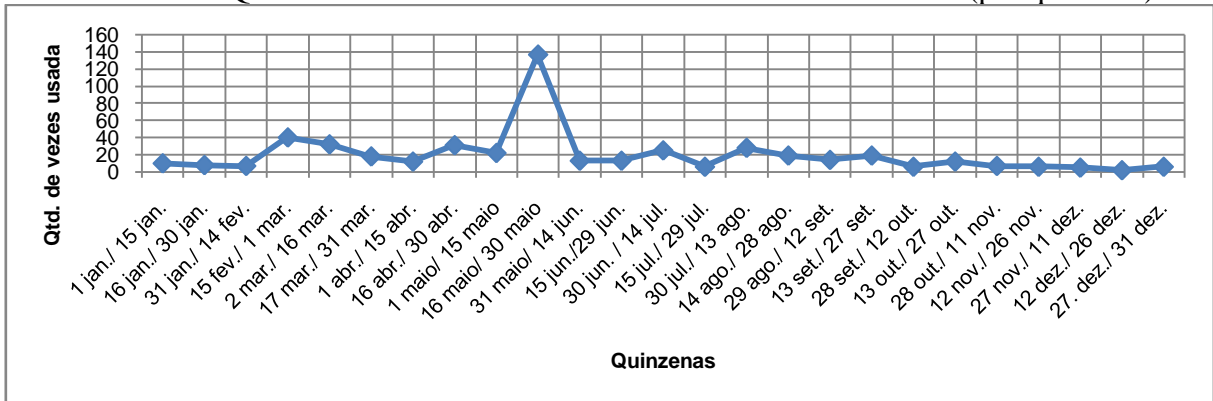
Fonte: A autora, 2018.

Gráfico 19 - Quantidade de *tweets* no ano de 2016 (por quinzena, a partir da posse do presidente)



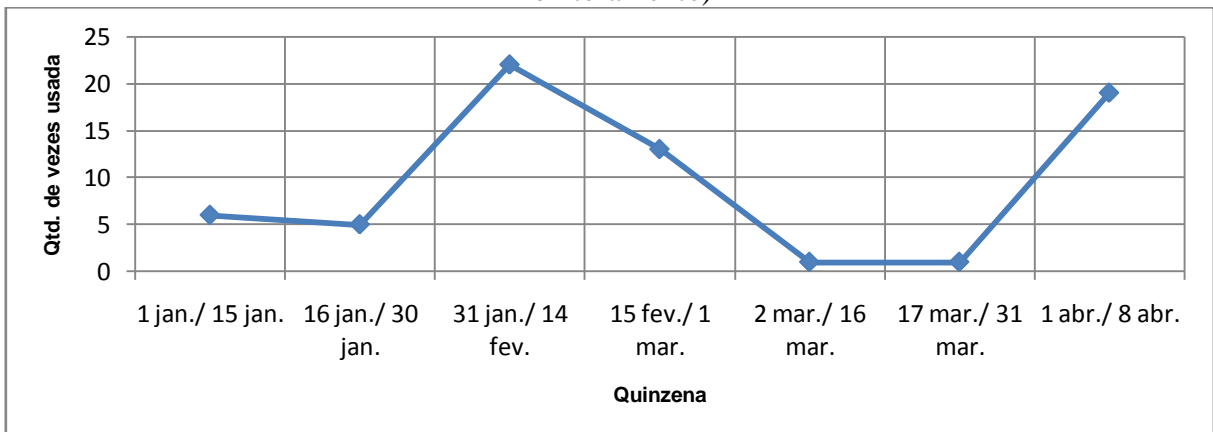
Fonte: A autora, 2018.

Gráfico 20- Quantidade de *tweets* usando a #foratemerno ano de 2017 (por quinzena)



Fonte: A autora, 2018.

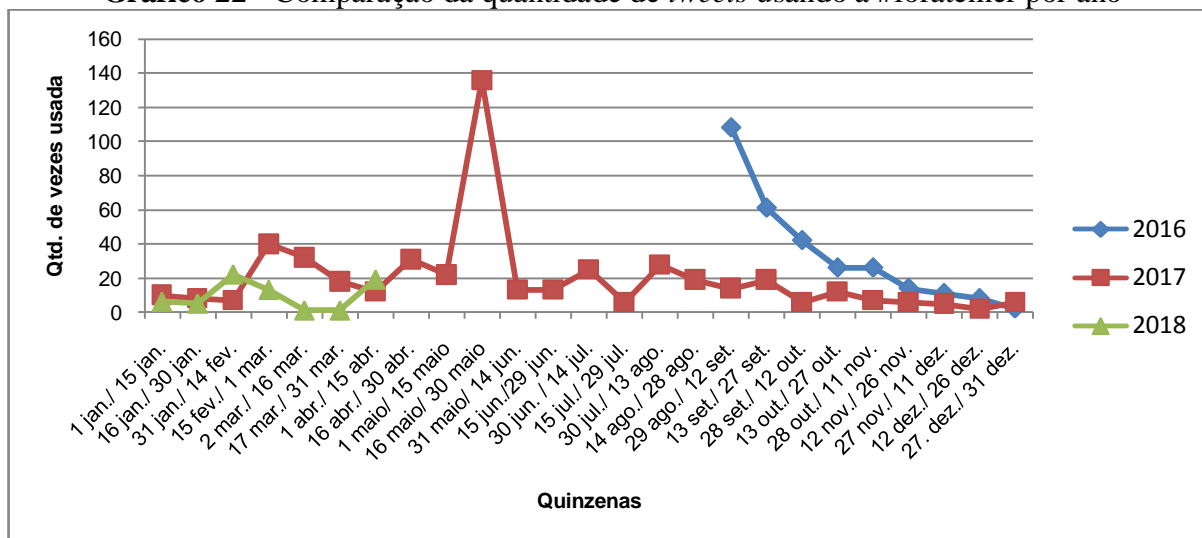
Gráfico 21- Quantidade de *tweets* usando a #foratemer no começo de 2018 (antes do monitoramento)



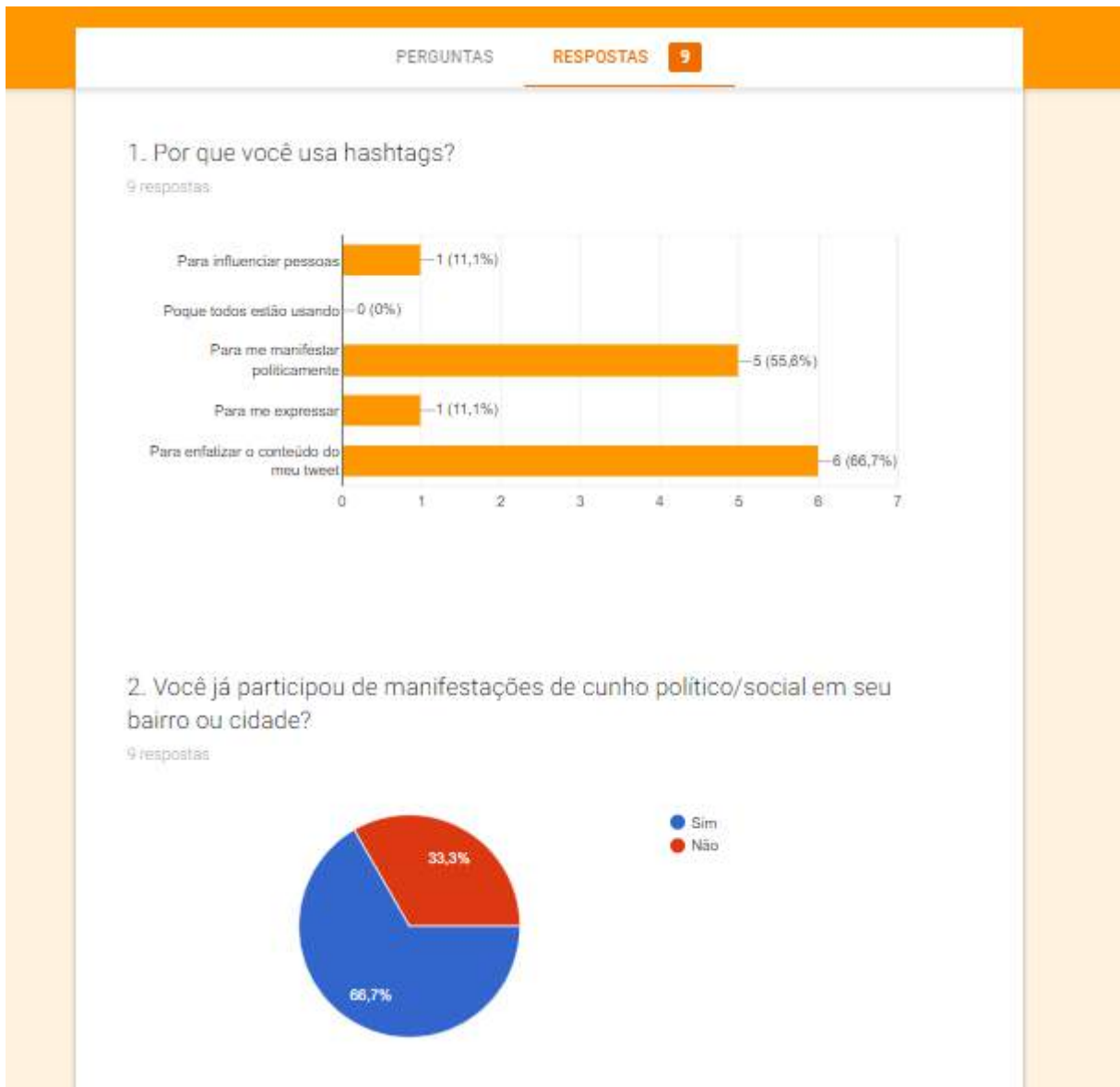
Fonte: A autora, 2018.

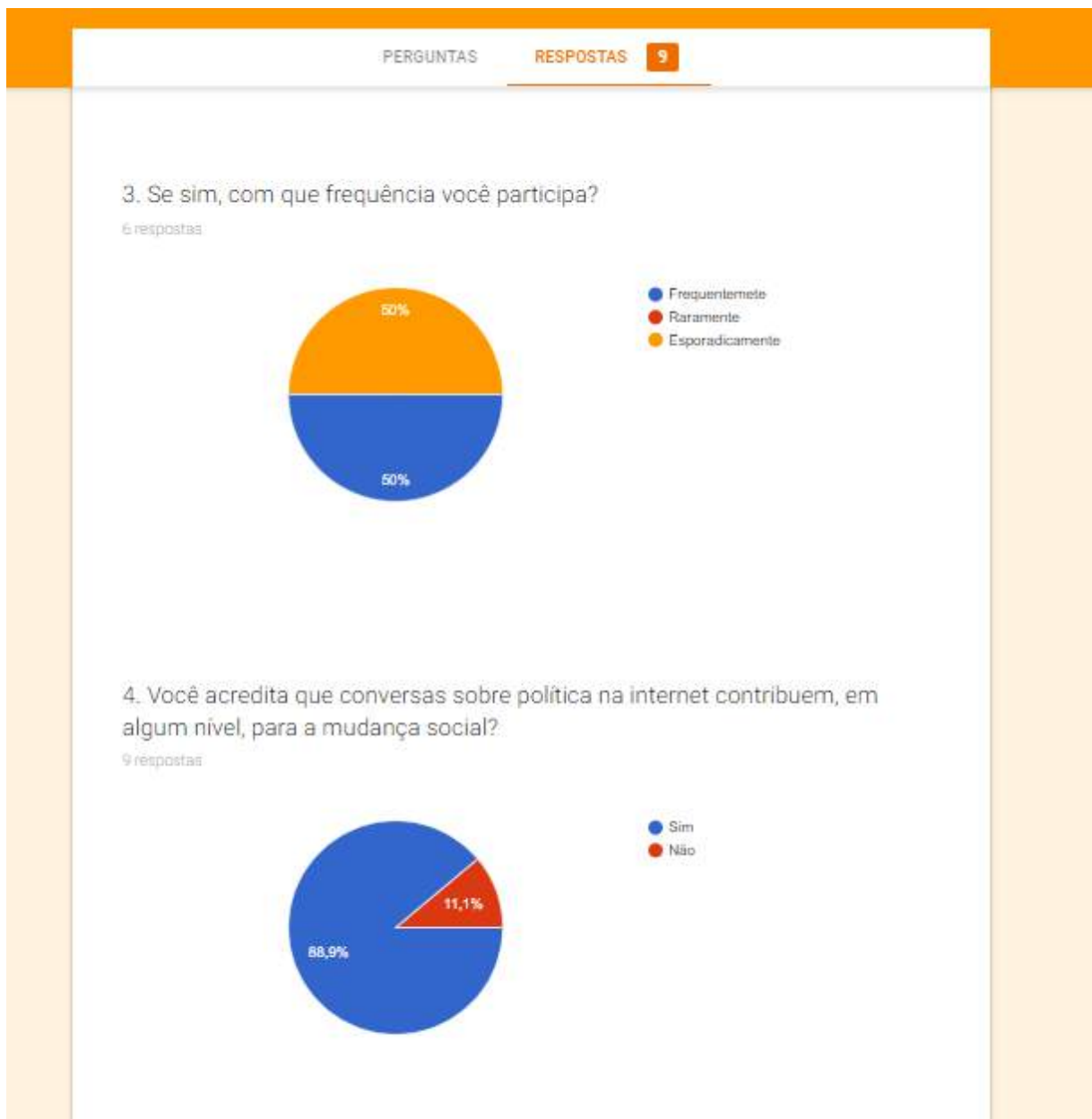
APÊNDICE D – DADOS RETROSPECTIVOS DA #FORATEMER (PARTE 2)

Gráfico 22 - Comparação da quantidade de *tweets* usando a #foratemer por ano



Fonte: A autora, 2018.





PERGUNTAS

RESPOSTAS

9

5. Justifique a resposta da questão anterior.

9 respostas

A manifestação em rede social serve como termômetro da opinião pública.

Debater e esclarecer é importante para o amadurecimento político do cidadão.

Qualquer troca de ideias possui potencial para mudanças sociais. O alcance amplo da internet propicia efeitos mais rápidos e efetivos.

Atualmente, as "discussões" políticas na internet só servem para as pessoas reafirmarem as suas posições. É raro encontrar alguém aberto ao fato, de fato. Por isso, não há conversa, há monólogos assistidos.

Acho que é importante se posicionar.

Como estamos em uma democracia, cada um tem direito de ter e expor sua opinião, e o debate é sempre a melhor forma, seja ela presencial ou virtualmente, cada um tem o direito de expor seus pensamentos.

Todo espaço é espaço para a política.

Mais um canal para debate e esclarecimentos.

Ao contrário de informações passadas pela televisão, onde há um enquadramento sobre opiniões, na internet podemos acessar diversas plataformas. Desta forma, "bebendo de várias fontes", o indivíduo possui condições maiores de formar a sua própria opinião. A restrição de informações baseadas em canais televisivos ou jornais impressos, limitam a reflexão sobre todo e qualquer assunto.

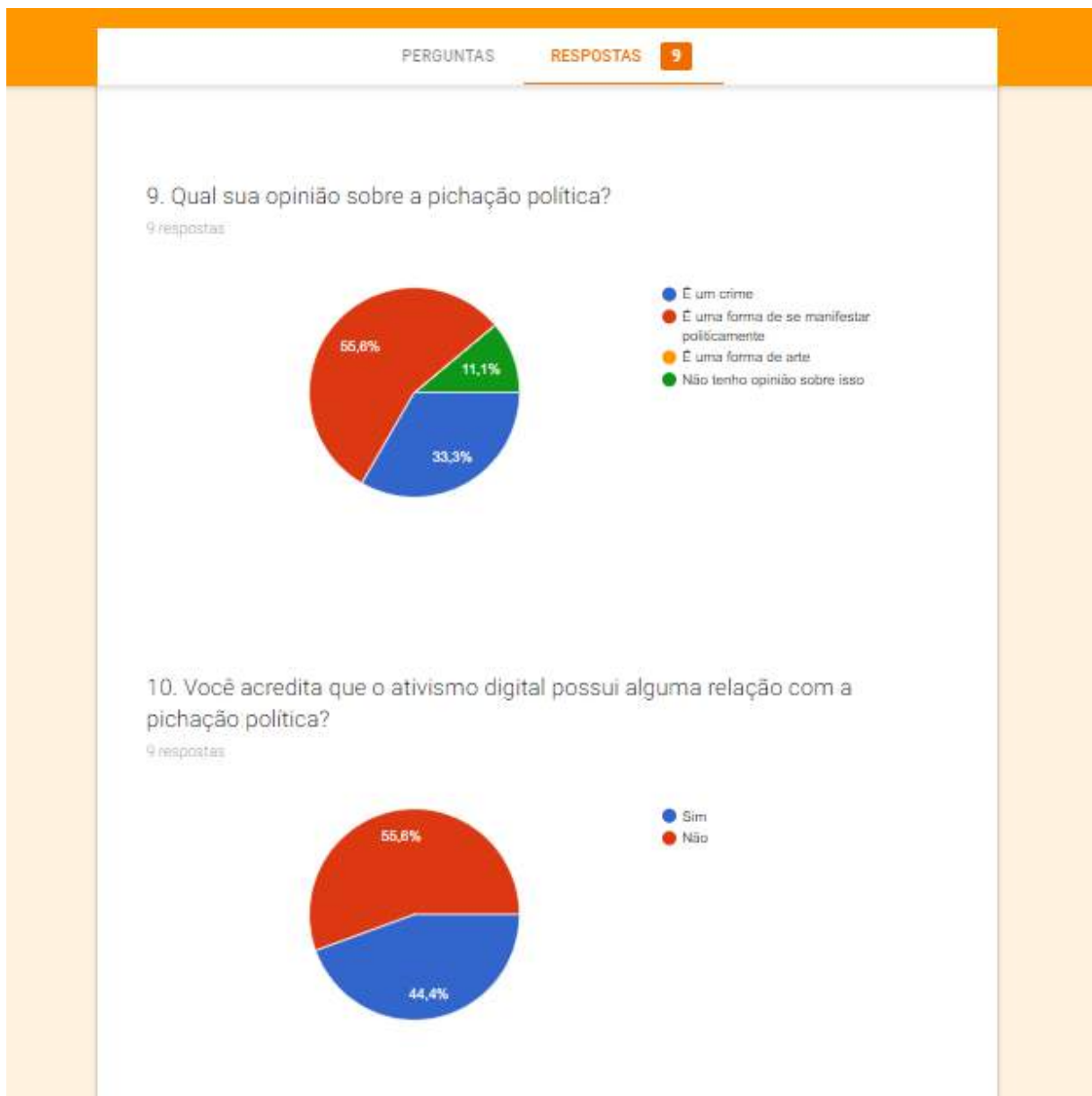
6. Qual a sua posição política?

9 respostas



- Direita
- Esquerda
- Centro
- Centro direita
- Centro esquerda
- Não me posiciono politicamente
- Pergunta difícil. Eu tendo para esquerda, mas não com tudo que s...
- Já pudemos observar que não existem lados políticos, e sim conviv...





11. Justifique a resposta da questão anterior.

9 respostas:

Sempre houve pichação antes mesmo da era digital.

A influência dos jovens nas mídias sociais contribuem para as pichações políticas.

Atualmente, o ativismo digital é o ponto de partida pra toda atuação política.

Nunca parei para pensar sobre isso. Não tenho uma opinião formada no momento. Por isso respondo 'não'.

Nunca tinha pensado nisso, mas um manele presente num muro virtual é muito similar a um muro real...

Não tem como saber, pois nem todo mundo age do mesmo jeito, alguns são radicais, outros não, cada um age de uma maneira, então é impossível generalizar.

Todo espaço é político.

Só faz a pichação quem não tem argumentos.

A pichação - nos dias atuais - está associada ao vandalismo e depredação do patrimônio público, diferentemente do ativismo digital. Em outro momento político, como por exemplo na ditadura militar, a pichação tinha um outro viés, que era o político e uma forma de manifesto.

O ativismo digital está inteiramente ligado às manifestações políticas. Levanta inúmeras questões e divergências, e mostra a intolerância do ser humano escancarada. Que existe não somente no âmbito político, infelizmente. A intolerância está em tudo e em todos, por isso inúmeros problemas em diversos segmentos.