

Fora de Contexto: hipóteses sobre o uso de hashtags populares

Liana Furini¹
Cristina Lima²

Resumo

O Brasil vive um momento político conturbado. Manifestações sociais de cunho político têm tomado as ruas do país e, nelas, as pessoas tornam públicas as suas posições políticas, principalmente através das mídias sociais. O uso de hashtags facilita a reunião das pessoas com o mesmo interesse e também marca o pertencimento a um grupo. Fora do contexto político, as hashtags são muito utilizadas com propósitos de indexação e, quanto mais popular uma hashtag é, maior a chance de um conteúdo que a utiliza ser encontrado. Nesse sentido, este artigo levanta a hipótese de que hashtags muito populares acabam também sendo utilizadas fora do seu propósito inicial, com o objetivo de popularizar um conteúdo, e não apenas para marcar uma posição política. Tomamos como exemplo a utilização da hashtag #foradilma no Instagram.

Palavras-chave: Hashtag, Mobilidade, Manifestações políticas.

Out of Context: hypothesis about the use popular hashtags

Abstract:

Brazil is experiencing a troubled political moment. Social protests of political nature have taken the country's streets and, in them, people make their political positions public, especially through social media. The use of hashtags facilitates the gathering of people with the same interest and marks their belonging to a group. Outside of the political context, hashtags are used with indexing purposes, and the more popular a hashtag is, the greater the chance of a content that uses it to be found. In this sense, this paper raises the hypothesis that very popular hashtags happen to be used outside their original purpose, aiming to popularize a content, and not only to mark a political position. We take as an example the use of the #foradilma hashtag on Instagram.

Keywords: Hashtag, Mobility, Political protests.

Artigo recebido em: 13/04/2017

Aceito em: 30/05/2017

1 Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, mesma universidade em que se graduou em Publicidade e Propaganda. E-mail: lianagrossfurini@gmail.com.

2 Mestre em Comunicação Social pela Unisinos e graduada em Publicidade e Propaganda pela UFRGS. Atualmente é professora no curso de Publicidade e Propaganda da PUCRS, onde ministra as disciplinas Introdução à Foto Publicitária, Projeto Digital em Publicidade e Propaganda e Foto Publicitária. E-mail: cristina.lima@puers.br

Introdução

A crescente onda de manifestações sociais de cunho político no Brasil marca um contexto político, social e econômico do Brasil conturbado. O país vive um momento de descrédito do sistema político em função das denúncias de corrupção envolvendo os diversos partidos que fazem parte do governo federal. Aliado a isso, a queda no crescimento da economia têm gerado um aumento inflacionário, crescimento das taxas de desemprego, e gerando também problemas nas áreas da educação, saúde e segurança no país, contribuindo para um clima de insatisfação que culmina com uma participação popular ainda maior.

Nesse contexto, as mídias sociais têm desempenhado um papel preponderante na reunião e organização das pessoas nos protestos. Com a crescente popularização dos dispositivos móveis, os participantes dessas manifestações têm também a possibilidade de expor suas posições políticas e marcar o seu pertencimento a um grupo. Esses dispositivos conectados à internet são uma ferramenta de empoderamento para que cada participante possa publicizar a sua visão sobre os acontecimentos, dependendo cada vez menos da grande mídia para fazê-lo.

Qualquer pessoa munida de um smartphone tem a possibilidade de publicar e compartilhar conteúdos de forma ubíqua e em tempo real, o que gera uma proliferação de conteúdos, muitas vezes demarcados com hashtags com propósitos de indexação ou de unificação de um discurso. Em meio a tantas publicações, algumas hashtags se tornam populares, e tal popularidade pode ser usada com um propósito diferente do original. Este trabalho busca compreender se as hashtags mais populares relacionadas aos protestos políticos no Brasil foram utilizadas de alguma maneira desviante em função da sua popularidade. Para isso, elencamos as hashtags mais populares utilizadas no contexto das manifestações (tanto favoráveis quanto contrárias ao governo) e elegemos a mais utilizada entre elas para a análise.

Contexto político-econômico

O Brasil tem vivido um momento muito conturbado politicamente. Desde a reeleição da Presidente Dilma Rousseff, seguida pelo seu processo de impeachment, têm ganhado força movimentos tanto favoráveis quanto de oposição ao seu governo. Em junho de 2013, uma onda de protestos se espalhou pelo país, tendo como aglutinador inicial o repúdio ao aumento na tarifa do transporte coletivo. Os protestos que se seguiram reuniram e manifestaram sentimentos ainda silenciosos de insatisfação com a má qualidade dos serviços públicos, a alta da inflação, a corrupção, a ação da polícia etc.

Diante de índices de crescimento econômicos cada vez piores e das crescentes

denúncias de corrupção levantadas pela Polícia Federal, a Presidente chega às disputas eleitorais com índices de popularidade bastante fracos, sendo eleita com uma vantagem pequena de votos. A popularidade da Presidente Dilma, que no seu primeiro mandato chegou a 75% de aprovação, decresceu muito em função do declínio da economia do país. Dilma se reelegeu com apenas 51,65% dos votos válidos. Desde então, a popularidade da Presidente Dilma seguiu caindo, estimulada pela oposição, por manifestações públicas de descontentamento com o governo Dilma (tanto on-line quanto off-line) e pela grande mídia, chegando a cerca de 10% em 2016. Após o processo de impeachment e a posse do atual Presidente Michel Temer, protestos favoráveis e contrários ao seu governo continuam acontecendo pelo país. Esses protestos tiveram a internet e principalmente as mídias sociais como plataformas fundamentais para sua organização.

É claro que as manifestações políticas acontecem no mundo inteiro e datam desde muito antes da criação da internet. A vantagem que a internet traz para este contexto é que ela facilita a organização e reunião das pessoas. Malini e Antoun (2013, p. 231) pregam que a internet e as plataformas de redes sociais são “importantes espaços de comunicação, compartilhamento, difusão de ideias e articulação política”, ao passo que essa articulação pode ser feita sem que os grupos precisem estar juntos fisicamente. Isso é endossado por Montardo e Araújo (2013), que afirmam que as plataformas de redes sociais têm um caráter mais horizontal, o que acaba por influenciar na visibilidade (inclusive midiática) e no engajamento dos indivíduos.

Essa quebra de barreiras é ainda mais evidente quando se trata de dispositivos móveis. Esses dispositivos, conectados à internet, permitem que os usuários deixem rastros de informação nos lugares por onde passam (HENRIQUES E FURINI, 2015, p. 4), por meio do registro do que acontece nesses lugares. Além de documentado em foto ou vídeo, o que acontece na rua (seja nos movimentos políticos e sociais, seja no cotidiano) pode também ser transmitido em tempo real na internet, através dos dispositivos móveis conectados em rede. Os dispositivos móveis reforçam a ideia de ubiquidade, pois além de permitir a publicação de conteúdo na rede em qualquer lugar, dependendo apenas da conexão com a internet, eles também permitem o acesso aos conteúdos. “Com a mobilidade dos dispositivos, os indivíduos passam a estar conectados always on, tornando a tecnologia parte do processo de socialização de grande parte da sociedade atual, de forma onipresente” (REIS, FURINI E HENRIQUES, 2014, p. 4).

Nesse contexto, são criadas iniciativas específicas para os dispositivos móveis, como é o caso do Instagram, uma mídia social móvel focada no compartilhamento de fotos e vídeos. O que diferencia o Instagram das outras mídias sociais é que ele é uma mídia social nativa móvel, ou seja, foi criada para ser utilizada em smartphones e tablets. Em função disso, muitas das fotos e vídeos compartilhados são feitos em situações de mobilidade, como, por exemplo, participando de manifestações políticas.

Hashtags

Hashtags são palavras-chave que marcam publicações na internet, principalmente nas mídias sociais, indexando-as e linkando-as a determinado assunto. Elas são uma palavra ou sequência de palavras precedidas do símbolo #. Para Coutinho (2014), as hashtags também são importantes em função da possibilidade de pesquisa que elas geram. Ao clicar em uma hashtag em uma publicação no Instagram, como no caso desta pesquisa, é gerada uma busca pelo referido termo. Assim, os usuários têm acesso a outras publicações sobre o mesmo tema, como é mostrado na Figura 1.

Figura 1: Resultado da pesquisa com a hashtag #vwvan



Fonte: Blog oficial do Instagram

As hashtags são importantes porque ajudam a popularizar uma publicação, possibilitando que o conteúdo indexado através dela seja encontrado mesmo por um usuário que não segue o perfil onde foi feita a publicação. Isso acontece, segundo Cross (2014), em função de que as pessoas clicam em hashtags relacionadas a tópicos que as interessam. Dessa forma, se as pessoas têm os mesmos interesses de quem está publicando determinado conteúdo, as chances de interagir com o post ou com o usuário aumentam.

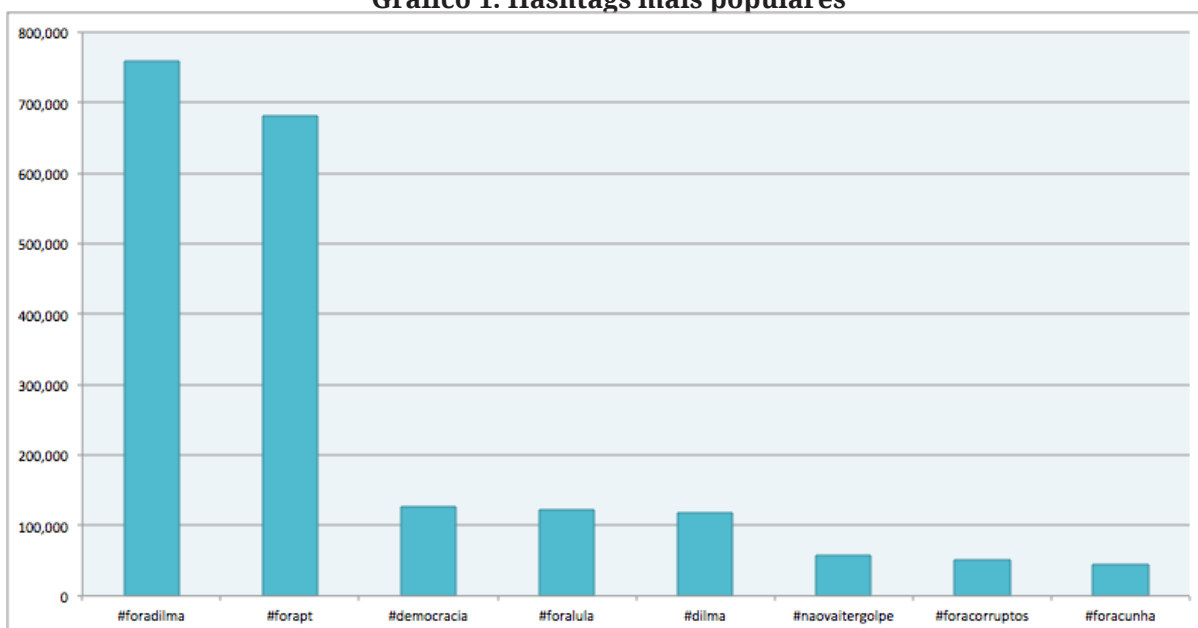
Dentro de um contexto político, Harvey (2014) explica que o uso das hashtags permite que as pessoas ligadas a movimentos políticos relacionem seus discursos com tópicos de seu interesse. Nesse sentido, as hashtags agrupam conteúdos publicados por pessoas com a mesma posição política e facilitam o encontro dessas pessoas (seja on-line ou off-line), aumentando as possibilidades de utilização das plataformas de redes sociais digitais como ferramenta política.

A popularização dos dispositivos móveis, em especial os smartphones, com cada vez com mais capacidade computacional e mais baratos, é um fator bastante importante para as manifestações sociais. A possibilidade de publicar conteúdo de onde quiser, necessitando apenas de conexão com a internet, empodera os indivíduos, dando a eles mais uma possibilidade de manifestar sua posição, seja política ou de qualquer outro tema.

Análise

Para analisar a utilização da popularidade das hashtags para promover o conteúdo de um post não-relacionado ao assunto da hashtag, fizemos primeiramente uma pesquisa no Instagram para descobrir quais eram as hashtags mais populares nesse contexto político do Brasil. Como as manifestações, em sua maioria, nasceram de movimentos populares, o discurso é bastante diverso. A polissemia e a sinonímia, segundo Stilo e Velardi (2014) podem gerar essa proliferação de hashtags, já que elas são criadas de forma livre por qualquer usuário. No contexto analisado neste trabalho, as hashtags mais utilizadas foram #foradilma (759,477 vezes), #forapt (682,151 vezes), #democracia (127,106 vezes), #foralula (121,758 vezes), #dilma (118,297 vezes), #naovaitergolpe (58,307 vezes), #foracorrupτος (52,128 vezes) e #foracunha (45,266 vezes), como pode ser observado no Gráfico 1.

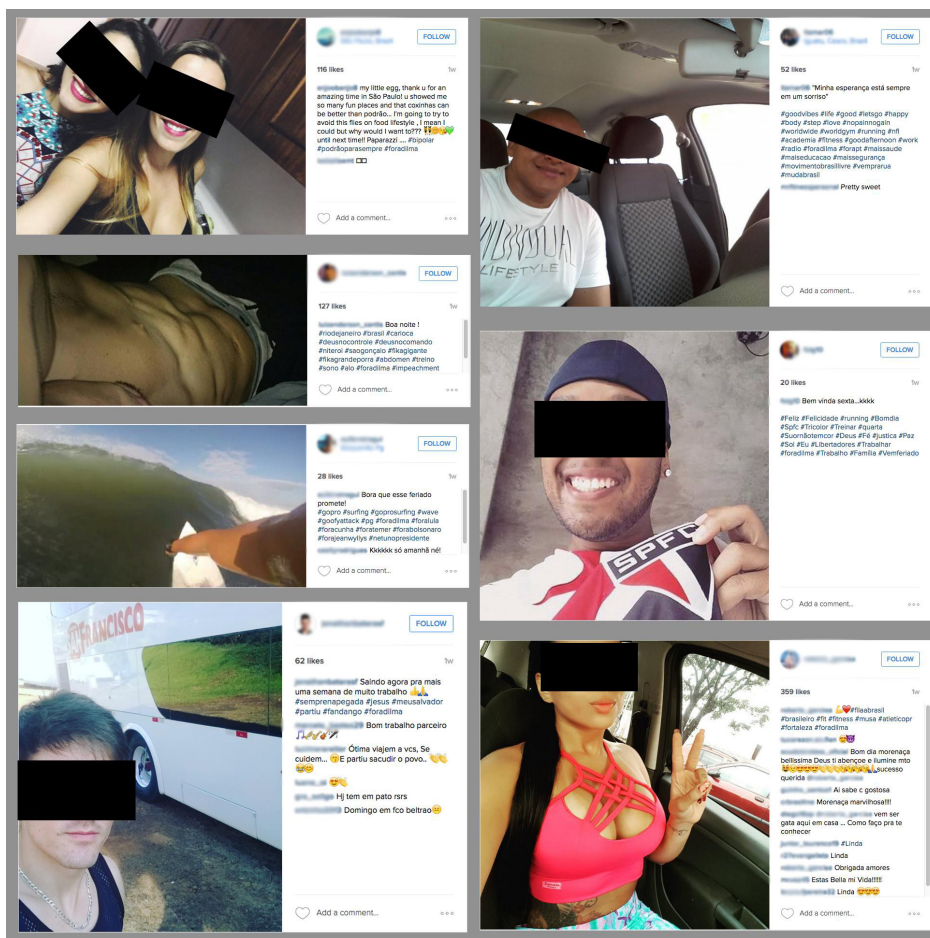
Gráfico 1: Hashtags mais populares



Fonte: as autoras

Como pode ser observado no Gráfico 1, a #foradilma é a mais utilizada no contexto político e, portanto, servirá de base para a análise neste trabalho. Harvey (2014) aponta que as hashtags destacam tópicos que estão sendo discutidos por muitas pessoas. A hashtag #foradilma ficou mais popular no país após o presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, aceitar o pedido de impeachment da presidente Dilma Rousseff. A partir daí, a hashtag foi muito usada pelas pessoas favoráveis ao impeachment. No Instagram, a hashtag marcava principalmente as publicações que se referiam às manifestações políticas, demonstrando que o usuário estava participando dos protestos. Foi possível perceber, no entanto, que a hashtag continuou sendo usada mesmo nos dias em que não havia manifestações. Nesse caso, as pessoas utilizavam a hashtag em suas publicações para marcar um assunto, enquanto publicavam fotos e vídeos ligados ao governo federal, indo ao encontro do que aponta Cross (2014), quando afirma que hashtags são uma forma eficiente de fazer com que as pessoas vejam suas publicações sobre um assunto. Como citado anteriormente, ao clicarmos em uma hashtag temos acesso a outras publicações que também a utilizaram. Com a busca pela hashtag #foradilma, percebemos que muitas pessoas utilizam a hashtag em posts que não tem relação direta com o assunto, utilizando-a em postagens dando bom dia a seus seguidores, fazendo selfies, vídeos de momentos de lazer e etc., como mostra a Figura 2.

Figura 2: Posts públicos do Instagram com a #foradilma



Fonte: as autoras, com base no Instagram

Percebemos que, além de as fotos apresentadas na Figura 2 não terem relação com o assunto da hashtag, o texto também é desconectado. Alguns usuários publicam um texto de apoio sobre o que a fotografia mostra, e todos eles fazem uso de outras hashtags, também populares. Daí, podemos propor duas hipóteses:

- a) os usuários utilizam a hashtag #foradilma fora do contexto político para marcar publicamente sua posição política em qualquer post que publica em suas mídias sociais;
- b) os usuários utilizam a hashtag #foradilma fora do contexto político para se aproveitar da sua popularidade e buscar novos seguidores ou curtidas, ao passo que utilizando hashtags populares uma publicação tem mais chances de aparecer para um número maior de usuários.

Considerações Finais

As hashtags têm se mostrado muito eficazes para aglomerar publicações dispersas sobre um mesmo tema e aumentar o seu alcance. Em função da possibilidade

de fazer com que uma publicação ultrapasse os limites da rede de um usuário ou empresa, as hashtags populares podem acabar servindo como impulsionadores dos conteúdos.

Através de uma observação empírica sobre algumas hashtags ligadas ao atual contexto político do Brasil, observamos que algumas hashtags estavam sendo utilizadas em publicações sobre conteúdos diversos, sem nenhuma relação direta com a temática agregada a ela. Ao presumir que isso acontece em função da popularidade da hashtag, buscamos descobrir a hashtag mais utilizada nesse cenário, que descobrimos ser a #foradilma, para analisar o seu uso.

Percebendo a incongruência entre a imagem, o texto e o significado original da hashtag, além de notar que os usuários que utilizavam a hashtag fora do contexto também faziam uso de várias outras hashtags populares, levantamos duas hipóteses sobre possíveis explicações para esse uso, uma sobre a marcação de uma posição política em qualquer postagem do usuário, mesmo aquelas não relacionadas com o assunto, e outra sobre o aproveitamento da popularidade da hashtag para buscar mais alcance, independente do seu contexto.

Referências

COUTINHO, V. **The Social Book**: tudo o que precisa saber sobre o Facebook. Coimbra, Portugal: Actual Editora, 2014.

CROSS, M. **Social Media Security**: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk. Waltham, Estados Unidos: Elsevier Inc., 2014.

HARVEY, K. (ed.). **Encyclopedia of Social Media and Politics**. Los Angeles, Estados Unidos: SAGE Publications, 2014.

HENRIQUES, S. M. G.; FURINI, L. G. Etnografia móvel: um estudo da mobilidade da informação na votação da PEC171. In: **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo, Brasil: Intercom, 2015.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A Internet e a Rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre, Brasil: Editora Sulina, 2013.

MONTARDO, S. P., ARAÚJO, W. F. Ciberativismo como cultura de mobilização imanente à Internet. In: PUHL, P. R., SARAIVA, J. A. (org.). **Processos Culturais e suas manifestações**. Novo Hamburgo, Brasil: Editora Feevale, 2013.

REIS, B. M. S.; FURINI, L. G.; HENRIQUES, S. M. G. Manifestações no Brasil: Os dispositivos e redes móveis como ferramentas de protesto. In: **Anais do XII Congresso Latinoamericano de Investigaciones de la Comunicación - ALAIC**. Lima, Peru, 2014.

STILO, G.; VELARDI, P. Temporal Semantics: time-varying hashtag sense clustering. In: JANOWICZ, K.; SCHLOBACH, S.; LAMBRIX, P.; HYVÖNEN, E. (eds.). **Knowledge Engineering and Knowledge Management**. Anais da EKAW 2014. Linköping, Suécia, 2014.