

Para além do #ForaDilma: atores, estratégias e discursos políticos conservadores no Twitter durante a manifestação de 13 de março de 2016

Más allá de #ForaDilma: conservadores, estrategias y discursos políticos en Twitter durante la manifestación del 13 de marzo de 2016

Beyond #ForaDilma: conservatives, strategies and political speeches on Twitter during the March 13, 2016 demonstration

Caio Cesar Giannini Oliveira

Doutor e mestre em Administração na PUC Minas. Professor Colaborador do PPGCOM – PUC Minas.

Contato: caiocgo@pucminas.br

Teresinha Maria C. Cruz Pires

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2002). Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Interações Midiáticas – PUC Minas.

Contato: pires@pucminas.br

Artigo submetido em 02/01/2018

Aprovado em 07/04/2018



Resumo

Em 13 de março de 2016, 3,6 milhões de pessoas reivindicaram nas ruas o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff. Este trabalho examina, pelo mapeamento da rede em torno da *hashtag* #ForaDilma no Twitter, estratégias de visibilidade e discursos naquela manifestação, considerada a maior da história do Brasil. Recorrendo-se à “fórmula discursiva” postulada por Alice Krieg-Planque, analisou-se o conteúdo das postagens de perfis centrais na rede. Identificaram-se estratégias de visibilidade e forte discurso antiLula/PT.

Palavras-chave: #ForaDilma. Twitter. Fórmula discursiva. Visibilidade. *Impeachment*.

Resumen

El 13 de marzo de 2016, 3.6 millones de personas reclamaron en las calles el juicio político a la presidenta Dilma Rousseff. Este trabajo examina, mapeando la red alrededor del *hashtag* #ForaDilma en Twitter, estrategias de visibilidad y discursos en esa manifestación, considerada la más grande en la historia de Brasil. Utilizando la “fórmula discursiva” postulada por Alice Krieg-Planque, se analizó el contenido de las publicaciones de perfiles centrales en la red. Se identificaron estrategias de visibilidad y un fuerte discurso anti-Lula/PT.

Palabras clave: #ForaDilma. Twitter. Fórmula discursiva. Visibilidad. Juicio político.

Abstract

On March 13, 2016, 3.6 million people claimed on the streets the impeachment of President Dilma Rousseff. This work examines, by mapping the network around the hashtag #ForaDilma on Twitter, strategies of visibility and speeches in that manifestation, considered the largest in the history of Brazil. Using the “discursive formula” postulated by Alice Krieg-Planque, the content of postings of central profiles in the network was analyzed. Visibility strategies and strong anti-Lula / PT discourse were identified.

Keywords: #ForaDilma. Twitter. Discursive formula. Visibility. Impeachment.

Introdução

Dia 13 de março de 2016. Mais de 3,6 milhões de pessoas em pelo menos 250 cidades brasileiras – segundo estimativas da Polícia Militar (“MAPA DAS MANIFESTAÇÕES CONTRA DILMA, 13/03”, 2016) – foram às ruas reivindicar o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores – PT), reeleita em 2014 em segundo turno com 51,64% (54.499.901) dos votos válidos para um mandato até 2018. Em termos políticos, a novidade é tanto a ocupação dos espaços públicos por manifestantes com perfil mais conservador quanto o expressivo número de participantes.

Do ponto de vista acadêmico, como assinalam Morán (2005) e Magalhães (2013), o campo das Ciências Sociais denominado Sociologia das Manifestações ainda é pouco explorado na Europa – com exceção da França – e no Brasil. Soma-se a isso o fato de que “[...] são raros os estudos que examinam o engajamento das pessoas em contextos conflitantes” (MAIA et al., 2015, p. 1).

No âmbito deste artigo, toma-se como premissa que não se pode mais dissociar rua e rede. E, como bem aponta Silveira, “[...] o poder de organizar, agrupar e criar redes é um dos principais poderes da atualidade” (SILVEIRA, 2016, p. 218). Nesse sentido, a intenção foi examinar, a partir de um estudo da circulação da *hashtag* #ForaDilma no Twitter, as estratégias e os discursos de atores com posições conservadoras por ocasião da preparação e realização daquela que é considerada a maior manifestação da história do Brasil.

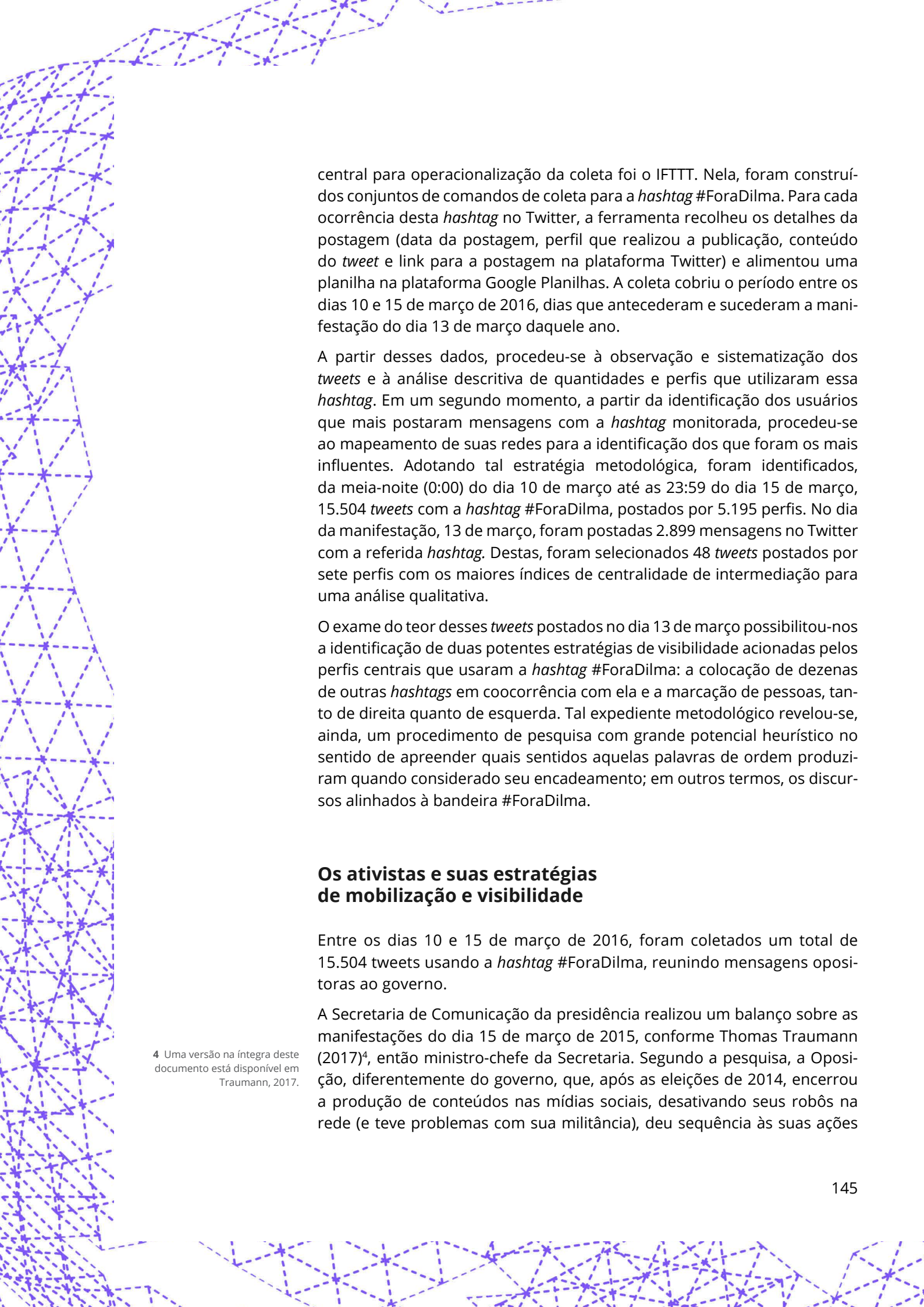
A *hashtag* #ForaDilma – em associação com a *hashtag* #VemPraRua¹ – foi observada pela primeira vez, de acordo com Goveia, Malini e Ciarelli (2015, p. 13), no dia 16 de junho de 2013, por ocasião dos protestos que ocorreram no Brasil ao longo dos meses de junho a julho daquele ano, “mostrando que a insatisfação havia realmente atingido a presidente”. A partir de então, a *hashtag* #ForaDilma se torna uma palavra de ordem recorrente nos eventos de protestos à direita ocorridos nos anos de 2014 e 2015.² Moraes e Quadros (2016), em seu monitoramento das publicações das *hashtags* #Impeachment e #ForaDilma no Twitter, no período de 1º de março de 2015 a 31 de janeiro de 2016, informam que esta última “mostrou-se mais popular que a #Impeachment, tanto no que diz respeito ao volume total de impressões (mais de dois bilhões) como em qualquer outra variável, tendo um pico maior de publicações no mês de agosto de 2015 – pico que coincide com as “Manifestações de 16 de agosto”, que levaram 879 mil pessoas às ruas em 209 cidades brasileiras.

No que diz respeito à estratégia metodológica delineada, cabe informar que a primeira etapa do procedimento empírico desta investigação foi a coleta e sistematização dos dados a partir dos *tweets*. O processo de coleta de dados foi operacionalizado utilizando-se um conjunto de aplicações para a *web*: Twitter; If This, Then That (IFTTT)³; e Google Planilhas. A plataforma

1 A *hashtag* #VemPraRua teve início com o grupo de mesmo nome – um dos principais articuladores das manifestações, junto com Revoltados ON LINE e Movimento Brasil Livre.

2 A esse respeito, ver mapeamento elaborado por Tabagiba, Trindade e Teixeira (2015).

3 O IFTTT é um serviço de automação baseado em comandos simples de integração entre diferentes plataformas *web* chamadas “receitas”. Essas receitas são operações do tipo “se isso, então aquilo”. Para este trabalho, foram criadas receitas de coleta e armazenamento de informações em uma planilha da plataforma Google Planilhas a partir da ocorrência de *hashtags* específicas no Twitter.



central para operacionalização da coleta foi o IFTTT. Nela, foram construídos conjuntos de comandos de coleta para a *hashtag* #ForaDilma. Para cada ocorrência desta *hashtag* no Twitter, a ferramenta recolheu os detalhes da postagem (data da postagem, perfil que realizou a publicação, conteúdo do *tweet* e link para a postagem na plataforma Twitter) e alimentou uma planilha na plataforma Google Planilhas. A coleta cobriu o período entre os dias 10 e 15 de março de 2016, dias que antecederam e sucederam a manifestação do dia 13 de março daquele ano.

A partir desses dados, procedeu-se à observação e sistematização dos *tweets* e à análise descritiva de quantidades e perfis que utilizaram essa *hashtag*. Em um segundo momento, a partir da identificação dos usuários que mais postaram mensagens com a *hashtag* monitorada, procedeu-se ao mapeamento de suas redes para a identificação dos que foram os mais influentes. Adotando tal estratégia metodológica, foram identificados, da meia-noite (0:00) do dia 10 de março até as 23:59 do dia 15 de março, 15.504 *tweets* com a *hashtag* #ForaDilma, postados por 5.195 perfis. No dia da manifestação, 13 de março, foram postadas 2.899 mensagens no Twitter com a referida *hashtag*. Destas, foram selecionados 48 *tweets* postados por sete perfis com os maiores índices de centralidade de intermediação para uma análise qualitativa.

O exame do teor desses *tweets* postados no dia 13 de março possibilitou-nos a identificação de duas potentes estratégias de visibilidade acionadas pelos perfis centrais que usaram a *hashtag* #ForaDilma: a colocação de dezenas de outras *hashtags* em coocorrência com ela e a marcação de pessoas, tanto de direita quanto de esquerda. Tal expediente metodológico revelou-se, ainda, um procedimento de pesquisa com grande potencial heurístico no sentido de apreender quais sentidos aquelas palavras de ordem produziram quando considerado seu encadeamento; em outros termos, os discursos alinhados à bandeira #ForaDilma.

Os ativistas e suas estratégias de mobilização e visibilidade

Entre os dias 10 e 15 de março de 2016, foram coletados um total de 15.504 *tweets* usando a *hashtag* #ForaDilma, reunindo mensagens opositoras ao governo.

A Secretaria de Comunicação da presidência realizou um balanço sobre as manifestações do dia 15 de março de 2015, conforme Thomas Traumann (2017)⁴, então ministro-chefe da Secretaria. Segundo a pesquisa, a Oposição, diferentemente do governo, que, após as eleições de 2014, encerrou a produção de conteúdos nas mídias sociais, desativando seus robôs na rede (e teve problemas com sua militância), deu sequência às suas ações

⁴ Uma versão na íntegra deste documento está disponível em Traumann, 2017.

para tentar reverter o resultado eleitoral, produzindo conteúdos antiDilma, e continuou contando com o apoio da mídia tradicional:

A tática do PSDB foi exatamente a oposta. Cerca de 50 robôs usados na campanha de Aécio continuaram a operar mesmo depois da derrota de outubro. Isso significou um fluxo contínuo de material antiDilma, alimentando os aecistas e insistindo na tese do maior escândalo de corrupção da história, do envolvimento pessoal de Dilma e Lula com a corrupção na Petrobrás e na tese do estelionato eleitoral. Tudo com suporte avassalador da mídia tradicional. (TRAUMANN, 2017)

Essa expressiva atuação pode ser também observada na Tabela 1, que mostra um resumo dos registros diários de mensagens postadas com a *hashtag* #ForaDilma no período selecionado para exame.

Tabela 1 – Quantidade de *tweets* por dia com a *hashtag* #ForaDilma

DATA	TWEETS	PORCENTAGEM
10/03/16	2.338	15,08%
11/03/16	2.235	14,42%
12/03/16	2.337	15,07%
13/03/16	2.899	18,70%
14/03/16	3.151	20,32%
15/03/16	2.544	16,41%
Total	15.504	100,00%

Fonte: Dados coletados para a pesquisa por meio da plataforma IFTTT(<http://ifttt.com>).

⁵ No entanto, como se verá adiante, no momento de catalogação das *hashtags*, especificamente no dia 13 de março, foi possível identificar três exemplos de publicações que foram repostadas e puderam ser consideradas como *memes*, referentes aos perfis @TumaOficial, @br45nocorrupt e @lobaoeletrico.

⁶ RT é um acrônimo para *Retweet*. Trata-se de uma maneira de fazer uma mensagem postada por um determinado perfil na plataforma ser replicada para os seus seguidores. Há diferentes formas de se fazer esse repasse. A principal delas é por meio do botão de *retweet* presente na plataforma. No entanto, há também outras maneiras, não oficiais. A principal delas é copiar o conteúdo da mensagem original (atribuindo a autoria) e adicionar as letras RT ao início da postagem. Essa forma, não oficial, antecede o botão RT e é utilizada por parte considerável dos usuários da plataforma.

É possível perceber que a movimentação dos ativistas contrários ao governo foi constante e intensa, tendo-se em vista o intervalo escolhido para a observação. A primeira mensagem registrada no período da observação referente a este trabalho com a *hashtag* #ForaDilma foi postada logo às 00:00 do dia 10 de março, e o último registro no intervalo observado para este trabalho ocorreu às 23:59 do dia 15 de março.

Com relação ao tipo das mensagens publicadas, a pluralidade das formas de repostar uma mensagem na plataforma Twitter não permite, neste formato de análise e com esta abordagem de coleta, que se identifiquem com precisão todas as mensagens que foram replicações. Observar as publicações que foram repostadas (e as repostagens que foram repostadas) é uma excelente maneira de se notar o poder de uma mensagem ou de uma ideia, e também a influência de um perfil nessa plataforma social (SMITH, 2014).⁵

Após a identificação de todas as postagens que se iniciavam com a expressão RT⁶, obteve-se a seguinte relação: das 15.504 que usaram a *hashtag* #ForaDilma, 8.374 foram únicas (54%) e 7.130, *retweets* (46% das mensagens contra o governo de Dilma Rousseff).

A *hashtag* #ForaDilma foi utilizada por mais de cinco mil perfis na plataforma Twitter durante o período observado para este trabalho. A maior parte dos perfis, no entanto, utilizou a *hashtag* em um volume reduzido de postagens. Para um recorte mais apropriado de análise, optou-se por concentrar esta etapa do procedimento nos perfis que publicaram ao menos 50 vezes mensagens com a *hashtag* em questão. Dessa forma, o levantamento feito possibilitou identificar 10 diferentes perfis ativos para a *hashtag* escolhida.

Deve-se notar que foram considerados ativos os perfis que não haviam sido apagados da plataforma na ocasião da análise. Fica claro, então, que foram desconsiderados os *tweets* publicados por perfis que haviam sido apagados, em função da impossibilidade de verificação dessas postagens e dos perfis. O quadro a seguir mostra os 10 perfis que publicaram mais de 50 postagens com a *hashtag* #ForaDilma durante o período observado.

Quadro 1 – Os 10 usuários que publicaram 50 ou mais mensagens com a *hashtag* #FORADILMA entre 10 e 15 de março de 2016

PERFIL	NOME	USOS DA HASHTAG	LOCAL	SEGUIDORES EM 30/08/2017	SEGUINDO EM 30/08/2017	ATIVO DESDE	TOTAL DE TWEETS
@cremonjosecarlo	Cremon	219	São Paulo	768	1.603	set./12	39.550
@f_cecconello	Fernando Cecconello	140	São Paulo	6.210	1.785	abr./09	70.442
@ninguem_anyone	#Direita #Bolsonaro	130	Não informa	257	255	jul./14	19.226
@jarbas2junior	JJ@Júnior	99	Anápolis	179	195	ago./12	8.215
@annnalaura	Anna Laura	82	Rio de Janeiro	997	1.770	maio/09	7.034
@lord2k10	Escorraça o Lula!	68	Não informa	5.974	6.542	mar./09	58.108
@twit_liberdade	#ForaDilma	66	Rio de Janeiro	2.657	3.362	jun./11	26.299
@cindybr2014	Cindy	62	Brazil	734	1.440	ago./09	24.294
@lobaoeletrico	Lobão	59	São Paulo	430.956	6.382	fev./09	244.592
@jerrylandru	Jerry Lee	54	Não informa	189	7	jul./00	9.861

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de pesquisa no Twitter (2016) por meio da plataforma IFTTT (<http://ifttt.com>).

Pelo quadro acima, é possível perceber que os perfis que mais publicaram mensagens no período observado enquadram-se inicialmente, em sua maioria, na caracterização de pessoas que representam o grupo identificado como “*players* individuais comuns”, conforme tipologia delineada por Moraes e Quadros (2016). No entanto, deve ficar claro que, aqui, faz-se apenas referência a essa tipificação. Como não foi executado o mesmo procedimento realizado pelos autores, essa identificação é, como ressaltado no início do parágrafo, preliminar. Também chama a atenção o fato de não ter sido detectado perfil pertencente aos meios de comunicação de massa entre os que mais publicaram utilizando a *hashtag* no período, o que reforça os achados desses autores.

7 Santos Junior (2016) realizou um mapeamento da rede antipetista no Facebook na eleição de 2014 e Lobão é um dos principais entre esses perfis.

A análise descritiva desta seção permite-nos listar apenas o perfil do cantor Lobão (@lobaoeletrico)⁷, que foi grande publicador no período observado de mensagens com a *hashtag* #ForaDilma, na categoria de Lideranças Sociais e Formadores de Opinião, especialmente por ser coincidente com o que foi identificado por Moraes e Quadros (2016). Nesse sentido e com relação a esse tipo de usuário, o mapeamento das redes de perfis a ser apresentada na seção a seguir possibilita melhores avaliações e afirmações mais consolidadas e sustentadas.

Quando a observação dos dados coletados se concentrou no dia exato da manifestação, 13 de março, os números mostraram uma configuração de usuários um pouco diferente. Nesse dia, foram computadas 2.899 postagens que continham a *hashtag* #ForaDilma, publicadas por 2.380 usuários (perfis) diferentes, numa razão de 1,22 mensagem para cada usuário. Desse montante de 2.889 mensagens, 1.427 foram postagens únicas (49%), enquanto 1.472 (ou seja, 51%) postagens foram replicações de outras mensagens (RTs ou *retweets*).

No dia 13 de março, nenhum dos usuários publicou número de mensagens superior a 50 usando a *hashtag* observada. Apesar disso, para fins de comparação com a listagem do Quadro 1 manteve-se o número de 10 perfis para listar aqueles que mais publicaram nessa data específica mensagens marcadas com a *hashtag* #ForaDilma.

É importante reportar que algumas modificações foram percebidas no *ranking* de perfis que mais publicaram no dia 13 de março. O Quadro 2 mostra esses usuários.

Quadro 2 – Os 10 usuários que mais publicaram usando a *hashtag* #FORADILMA no dia 13 de março de 2016

PERFIL	NOME	USOS DA HASHTAG	LOCAL	SEGUIDORES EM 30/08/2016	SEGUINDO EM 30/08/2016	ATIVO DESDE	TOTAL DE TWEETS
@cremonjosecarlo	Cremon	25	São Paulo	768	1.603	set./12	39.550
@f_cecconello	Fernando Ceconello	15	São Paulo	6.210	1.785	abr./09	70.442
@annnalaura	Anna Laura	13	Rio de Janeiro	997	1.770	maio/09	7.034
@lord2k10	Escorraça o Lula!	8	Não informa	5.974	6.542	mar./09	58.108
@andersonrmac	Anderson	7	Goiânia	91	115	ago./15	35.190
@ninguem_anyone	#Direita #Bolsonaro	7	Não informa	257	255	jul./14	19.226
@veranimer	Vera Nimer	7	São Paulo	5.003	4.226	jul./09	26.359
@alexxbh	Alex P	6	Belo Horizonte	11.372	N/A	out./13	239.946
@alic_ewonder	Alice Wonder	6	Não informa	35	53	maio/15	932
@guimarques1985	Guilherme Marques	6	Não informa	224	37	mar./12	21.468

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de pesquisa no Twitter (2016) por meio da plataforma IFTTT (<http://ifttt.com>).

Especificamente, entre os perfis que postaram mensagens com a *hashtag* #ForaDilma no dia 13 de março, há uma reordenação dos mais ativos. Uma outra curiosidade com relação a essas postagens é a frequente menção ao perfil @br45ilnocorrupt, que foi identificado por Moraes e Quadros (2016) como sendo um perfil influenciador. No entanto, esse perfil não postou em quantidade de destaque durante o período observado. Ainda assim, as menções a ele mostram sua importância na rede de ativistas contrários ao governo.

Apenas no dia 13 de março, o perfil @br45ilnocorrupt foi citado em 404 postagens. A maior parte delas (208 ocorrências) em conjunto com citações ao perfil do cantor Lobão (@lobaoeletrico), em menção a um vídeo do canal do YouTube Lobão Entrevista no qual foi postada a música "Agora é tarde" (AGORA..., 2016), cuja letra ataca diretamente a figura do ex-presidente Lula. Essa repetição nos permite qualificar o conteúdo como um *meme*, usando a definição de Shifman (2014). De acordo com a autora, um *meme* é um grupo de itens digitais compartilhando características comuns de forma, conteúdo ou posição (nesse caso, os *tweets* repetindo a mensagem com a música), criados com consciência uns dos outros, que foram imitados, circulados ou repetidos por muitos usuários. A imagem a seguir exemplifica uma das 208 postagens com o *link* para o clipe da música em questão.

Figura 1 – Mensagem mencionando os perfis @br45ilnocorrupt e @lobaoeletrico



Fonte: Captura de tela do Twitter (2016).

Da mesma forma, o perfil @TumaOficial, do ex-deputado Romeu Tuma Jr., em uma postagem específica do dia 13 de março contendo um chamado das ruas – *accountability* – teve grande repercussão (sendo mencionada 24 vezes no dia 13 de março). Esse perfil, embora não tenha sido emissor de muitas mensagens, representa certa importância pela quantidade de replicações dessa postagem específica, como pode ser visto na figura abaixo.

Figura 2 – Mensagem do perfil @TumaOficial



Fonte: Captura de tela do Twitter (2016).

Mapeando as redes sociais dos principais perfis no Twitter

Para mapear redes sociais, é recomendado que sejam executadas três etapas (KNOKE; YANG, 2008): identificação dos atores envolvidos; determinação dos eventos que unem ou ligam esses atores; e explicação, a partir da observação de todos os laços da rede, de relações estruturais, identificando os padrões de laços e listando membros que ocupam posição diferenciada e representam, por exemplo, buracos estruturais (BURT, 1980, 2001, 2002).

Entende-se que, para o contexto deste trabalho – o de plataformas sociais na internet –, os conceitos relacionados ao mapeamento de redes sociais mantêm-se válidos e apropriados. Nesse sentido, o procedimento de mapeamento conduzido nesta investigação segue os princípios acima indicados, assemelhando-se e utilizando a mesma base conceitual do que foi executado por Oliveira (2013) no mapeamento dos atores de uma rede de colaboração de pesquisa científica a partir de suas publicações conjuntas.

Para a presente investigação, os atores são claramente identificados como os perfis que publicam na plataforma Twitter e o elemento que proporciona ligações a esses perfis é a publicação de mensagens com a *hashtag* #ForaDilma durante o período de 10 a 15 de março de 2016. Nesse sentido, a partir da identificação desses usuários por meio da coleta das publicações via plataforma IFTTT, procedeu-se ao mapeamento, utilizando-se, para tanto, a ferramenta NodeXL.

As conexões de uma rede podem ser qualificadas pelo índice de centralidade de intermediação, ou *betweenness centrality* (FREEMAN, 1977), que, essencialmente, revela a importância de cada nó mapeado quando este fornece uma “ponte” entre as diferentes partes da rede (OLIVEIRA, 2013). O índice de centralidade de intermediação indica a influência de cada ator da rede. Quanto mais alto o índice, maior a importância do ator em função de sua posição central na rede. Como será visto mais adiante, esse índice é bastante relevante para a análise realizada no presente trabalho.

8 O índice de *PageRank* é também uma métrica de centralidade. De acordo com essa métrica, a rede é vista de forma que cada nó corresponde a uma página (ou, no caso em questão, a um perfil) e cada ligação corresponde a uma referência de uma página (ou perfil) para outra. O índice de *PageRank* atribui um valor a cada nó da rede e um valor maior corresponde a um nó mais importante.

O mapeamento teve como base os 10 usuários que postaram o maior número de mensagens contendo a *hashtag*, apresentados anteriormente. O procedimento executado ateu-se às questões relacionadas à representação da rede: força dos laços, identificação de membros-chave e coesão dos laços da rede (HANSEN; SHNEIDERMAN; SMITH, 2010).

Nesse sentido, inicia-se a análise com a apresentação dos 10 usuários mais frequentes que postaram mensagens com a *hashtag* #ForaDilma e que tiveram suas redes mapeadas entre os dias 10 e 15 de março de 2016: @cremonjosecarlo, @f_cecconello, @ninguem_anyone, @jarbas2junior, @annalaura, @lord2k10, @twit_liberdade, @cindybr2014, @lobaoeletrico e @jerrylandru. O resultado do mapeamento permitiu que fossem identificadas e ordenadas as grandezas dos índices de centralidade de intermediação de cada um desses 10 atores.

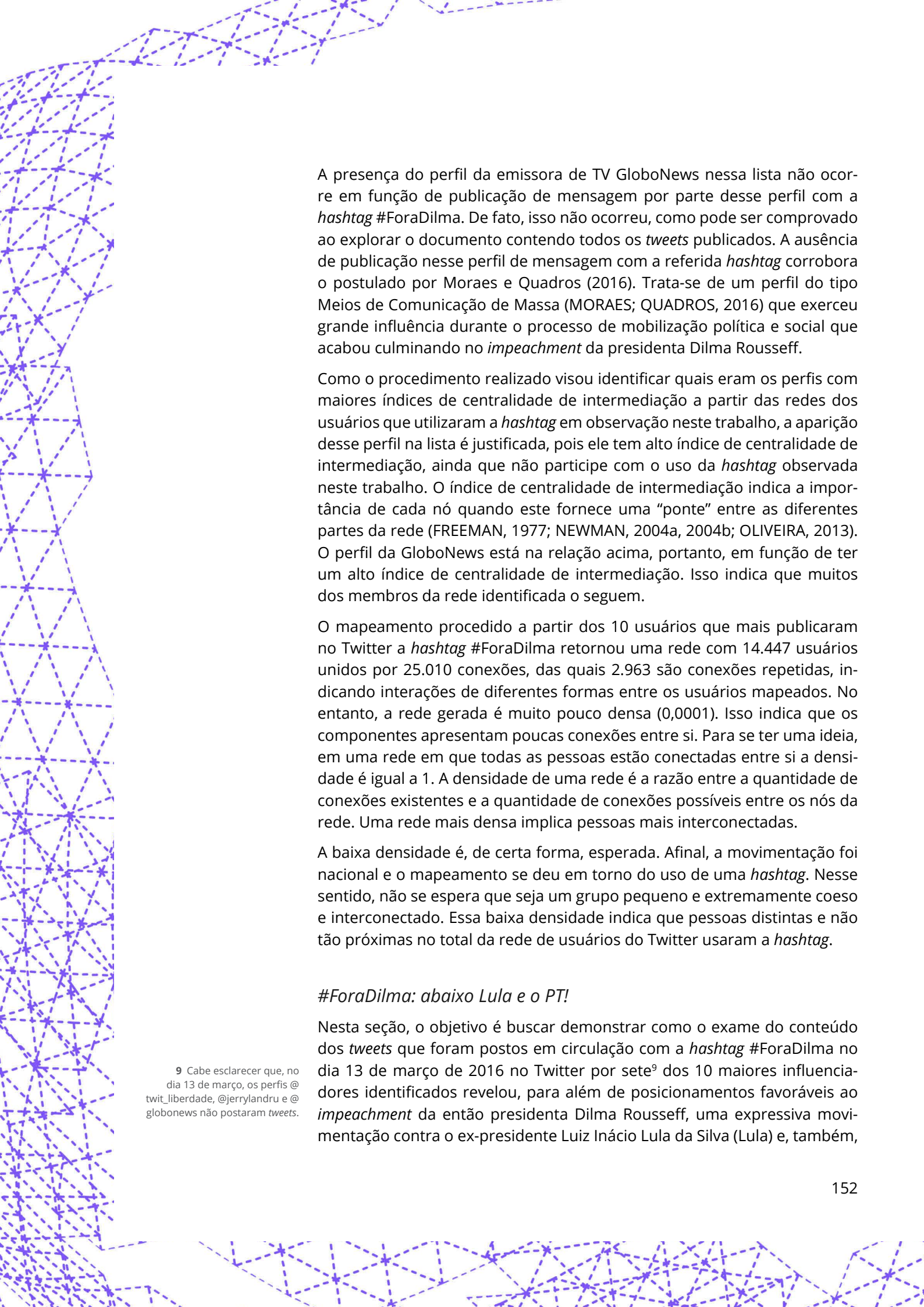
O mapeamento executado a partir dos perfis que mais *tweetaram* #ForaDilma durante o período observado demonstrou que, não necessariamente, a frequência e a quantidade de postagens refletem a importância do ator na rede. Após processamento dos dados para cálculo dos índices de centralidade de intermediação e *PageRank*⁸, chegou-se à relação exibida no Quadro 3:

Quadro 3 – Os 10 membros com maiores índices de centralidade de intermediação e *PageRank* a partir do mapeamento dos perfis que mais publicaram mensagens #ForaDilma entre 10 e 15 de março/2016

PERFIL	TWEETS COM #FORADILMA ENTRE 10 E 15 DE MARÇO	TWEETS COM #FORADILMA NO DIA 13 DE MARÇO	CENTRALIDADE DE INTERMEDIAÇÃO	PAGERANK
@lobaoeletrico	59	01	94.692.009,90051	1.671,77118
@f_cecconello	140	15	77.216.839,93652	1.390,92785
@lord2k10	68	08	55.630.391,93236	949,66834
@twit_liberdade	66	00	47.188.876,28970	915,23929
@cindybr2014	62	03	39.643.096,47081	696,51329
@annalaura	82	13	35.019.878,42597	655,31102
@ninguem_anyone	130	07	8.373.270,45935	170,56269
@jarbas2junior	99	01	5.954.016,35396	121,64439
@jerrylandru	54	00	2.783.923,58238	71,63537
@globonews	00	00	248.593,62651	2,59517

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de publicações do Twitter (2016) obtidas por meio da plataforma IFTTT (<http://ifttt.com>) e tratamento de dados no NodeXL.

Nesse quadro é possível notar a presença de atores que não são necessariamente os que publicaram a maior quantidade de mensagens com a *hashtag* observada. Isso se dá em função das relações estabelecidas dentro da rede mapeada (perfis que são seguidos, que seguem, que republicam mensagens postadas e que têm mensagens republicadas por aqueles que foram usados inicialmente no mapeamento).



A presença do perfil da emissora de TV GloboNews nessa lista não ocorre em função de publicação de mensagem por parte desse perfil com a *hashtag* #ForaDilma. De fato, isso não ocorreu, como pode ser comprovado ao explorar o documento contendo todos os *tweets* publicados. A ausência de publicação nesse perfil de mensagem com a referida *hashtag* corrobora o postulado por Moraes e Quadros (2016). Trata-se de um perfil do tipo Meios de Comunicação de Massa (MORAES; QUADROS, 2016) que exerceu grande influência durante o processo de mobilização política e social que acabou culminando no *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff.

Como o procedimento realizado visou identificar quais eram os perfis com maiores índices de centralidade de intermediação a partir das redes dos usuários que utilizaram a *hashtag* em observação neste trabalho, a aparição desse perfil na lista é justificada, pois ele tem alto índice de centralidade de intermediação, ainda que não participe com o uso da *hashtag* observada neste trabalho. O índice de centralidade de intermediação indica a importância de cada nó quando este fornece uma “ponte” entre as diferentes partes da rede (FREEMAN, 1977; NEWMAN, 2004a, 2004b; OLIVEIRA, 2013). O perfil da GloboNews está na relação acima, portanto, em função de ter um alto índice de centralidade de intermediação. Isso indica que muitos dos membros da rede identificada o seguem.

O mapeamento procedido a partir dos 10 usuários que mais publicaram no Twitter a *hashtag* #ForaDilma retornou uma rede com 14.447 usuários unidos por 25.010 conexões, das quais 2.963 são conexões repetidas, indicando interações de diferentes formas entre os usuários mapeados. No entanto, a rede gerada é muito pouco densa (0,0001). Isso indica que os componentes apresentam poucas conexões entre si. Para se ter uma ideia, em uma rede em que todas as pessoas estão conectadas entre si a densidade é igual a 1. A densidade de uma rede é a razão entre a quantidade de conexões existentes e a quantidade de conexões possíveis entre os nós da rede. Uma rede mais densa implica pessoas mais interconectadas.

A baixa densidade é, de certa forma, esperada. Afinal, a movimentação foi nacional e o mapeamento se deu em torno do uso de uma *hashtag*. Nesse sentido, não se espera que seja um grupo pequeno e extremamente coeso e interconectado. Essa baixa densidade indica que pessoas distintas e não tão próximas no total da rede de usuários do Twitter usaram a *hashtag*.

#ForaDilma: abaixo Lula e o PT!

Nesta seção, o objetivo é buscar demonstrar como o exame do conteúdo dos *tweets* que foram postos em circulação com a *hashtag* #ForaDilma no dia 13 de março de 2016 no Twitter por sete⁹ dos 10 maiores influenciadores identificados revelou, para além de posicionamentos favoráveis ao *impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff, uma expressiva movimentação contra o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) e, também,

⁹ Cabe esclarecer que, no dia 13 de março, os perfis @twit_liberdade, @jerrylandru e @globonews não postaram *tweets*.

antiPT. No Quadro 4, é reproduzido o teor dos *tweets*, com vistas a possibilitar uma melhor visualização das estratégias discursivas e de visibilidade tratadas a seguir.

Quadro 4 – *Tweets* postados com a *hashtag* #ForaDilma no dia 13 de março de 2016 pelos perfis com maiores índices de centralidade de intermediação

@LOBAOELETRICO	
RT @mariatereza10: Querido Prof. @OdeCarvalho e o Deputado @DepBolsonaro lembrados e homenageados na av. Paulista. #ForaDilma #ForaPT https://t.co/pijoa8JyhL	23:17
@F_CECCONELLO	
#EuVou #OuVoceVaiOuElaFica #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/t2hRn9bVQO	00:02
#EuVou #OuVoceVaiOuElaFica #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/InXUer7N81	13:23
#EuVou #OuVoceVaiOuElaFica #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP... https://t.co/csRyffvtN	13:23
#EuVou #OuVoceVaiOuElaFica #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP... https://t.co/DOFQYMzzga	16:07
https://t.co/4jZ6ibACIL #EuFui #EElaNaoFica #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO	18:54
https://t.co/lpKdbjXuOR #EuFui #EElaNaoFica #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO	19:51
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/fl1FRFMx8T	21:48
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/dLC6lOOjTI	21:48
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/g1dEXDN0B3	22:44
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/yBD6jglK14	22:45
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/zWw3jwn0g0	22:56
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/PHMPXOYrM	23:09
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/ZguQJ6laRL	23:17
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/B9zQQGovUR	23:18
#ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP #CPMFNAO https://t.co/iWKQzDGsZM	23:19

@LORD2K10	
RT @caranovanocongr: #foraDilma #foraPT @PTmilitancia #LulaVaiPraCadeia @Aebrio_Neves #VemPraRua13Mar https://t.co/iGaCpvlawi	13:23
RT @caranovanocongr: É amanhã #foraDilma #foraPT @PTmilitancia #LulaVaiPraCadeia @Aebrio_Neves #VemPraRua13Mar #VemPraRua13Marco https://t.co/HYxBEyaELf	13:23
RT @caranovanocongr: #foraDilma #foraPT @PTmilitancia #LulaVaiPraCadeia @Aebrio_Neves #VemPraRua13Marco #VemPraRua13Mar https://t.co/WgFTacjVLx	13:23
#foraDilma #foraPT @PTmilitancia #LulaVaiPraCadeia @Aebrio_Neves @dilmabr @Polina94837060 https://t.co/2Lmjnj2xHC	15:48
#foraDilma #foraPT @PTmilitancia #LulaVaiPraCadeia @Aebrio_Neves @dilmabr @Polina94837060 @ptnacional @jpt13 https://t.co/3lCSHgVruK	15:57
#foraDilma #foraPT @PTmilitancia #LulaVaiPraCadeia @Aebrio_Neves @dilmabr @Polina94837060 @ptnacional @jpt13 https://t.co/uM8NB8lI8o	17:45
#foraDilma #foraPT @PTmilitancia #LulaVaiPraCadeia @Aebrio_Neves @dilmabr @Polina94837060 @ptnacional @jpt13 https://t.co/noX9F71UHY	18:45
#foraDilma #foraPT @PTmilitancia #LulaVaiPraCadeia @Aebrio_Neves @dilmabr @Polina94837060 @ptnacional @jpt13 https://t.co/Jy8EguU0E2	18:54
@CINDYBR2014	
#PovoComMoro #SouPF #Dia13MarEuVou #ForaPT #ForaDilma #SouMoro #LulaNaCadeia #VemPraRuaDia13 #LulaDenunciado https://t.co/2MTsVP11bP	16:12
#PovoComMoro #SouPF #Dia13MarEuVou #ForaPT #ForaDilma #SouMoro #LulaNaCadeia #VemPraRuaDia13 #LulaDenunciado https://t.co/WWPKBk11cv	16:21
#ChoraPT #PovoComMoro #ForaDilma #impeachmentja #EuFui #LulaDenunciado #ImpeachmentDilma https://t.co/nB7GgwC0mL	20:21
@ANNALaura	
Harvard é pró Brasil #13MarEuFui #ForaDilma #ForaPT #LulaNaCadeia #SouMoro #SouPF #SouMP https://t.co/ISmld1JqGy	18:00
#13MarEuFui #ForaDilma #ForaPT #LulaNaCadeia #SouMoro #SouPF #SouMP https://t.co/7pkbZmeNli	18:09
#13MarEuFui #ForaDilma #ForaPT #LulaNaCadeia #SouMoro #SouPF #SouMP https://t.co/j48Bl0UqY6	18:19
#13MarEuFui #ForaDilma #ForaPT #LulaNaCadeia #SouMoro #SouPF #SouMP #SouConserino #SomosTodosBrasil https://t.co/naggqqVsAq	18:45
#13MarEuFui #ForaDilma #ForaPT #LulaNaCadeia #SouMoro #SouPF #SouMP #SouConserino #SomosTodosBrasil https://t.co/WdCXtSYBwB	18:45
Eu estava lá! #13MarEuFui #ForaDilma #ForaPT #LulaNaCadeia #SouMoro #SouPF #SouMP #SouConserino #SomosTodosBrasil https://t.co/ekHDVv8fIX	18:54
#13MarEuFui #ForaDilma #ForaPT #LulaNaCadeia #SouMoro #SouPF #SouMP #SouConserino #SomosTodosBrasil https://t.co/CgNxibMjXD	19:03
#13MarEuFui #SouMoro #SouConserino #LulaNaCadeia #SouMP #SouPF #ForaDilma #ForaPT #LulaDenunciado https://t.co/Hum3S32ARE	23:18
#13MarEuFui #SouMoro #SouConserino #LulaNaCadeia #SouMP #SouPF #ForaDilma #ForaPT #LulaDenunciado #LulaLadrao https://t.co/gX3bZgt3BN	23:37

#13MarEuFui #SouMoro #SouConserino #LulaNaCadeia #SouMP #SouPF #ForaDilma #ForaPT #LulaDenunciado #LulaLadrao https://t.co/o4oy7EFZDu	23:38
#13MarEuFui #SouMoro #SouConserino #LulaNaCadeia #SouMP #SouPF #ForaDilma #ForaPT #LulaDenunciado #LulaLadrao https://t.co/3TgFuCGh0E	23:39
#13MarEuFui #SouMoro #SouConserino #LulaNaCadeia #SouMP #SouPF #ForaDilma #ForaPT #LulaDenunciado #LulaLadrao https://t.co/48ZOBqjIHU	23:40
#13MarEuFui #SouMoro #SouConserino #LulaNaCadeia #SouMP #SouPF #ForaDilma #ForaPT #LulaDenunciado #LulaLadrao https://t.co/IUHmxzBX84	23:50
@NINGUEM_ANYONE	
IMPEACHMENT #FORADILMA #ForaPT #FORALULA #Petrolão #Pedaladas #Lavajato TSE #aletheia #ForaComunismo #VemPraRua13Mar https://t.co/ubABbXtB79	00:45
IMPEACHMENT #FORADILMA #ForaPT #FORALULA #Petrolão #Pedaladas #Lavajato TSE #aletheia #ForaComunismo #VemPraRua13Mar https://t.co/wgkpAf4GcJ	00:47
IMPEACHMENT #FORADILMA #ForaPT #FORALULA #Petrolão #Pedaladas #Lavajato TSE #aletheia #ForaComunismo #VemPraRua13Mar https://t.co/laVZu0T7Q1	00:59
IMPEACHMENT #FORADILMA #ForaPT #FORALULA #Petrolão #Pedaladas #Lavajato TSE #aletheia #ForaComunismo #VemPraRua13Mar https://t.co/YRRBfjwTUo	01:00
IMPEACHMENT #FORADILMA #ForaPT #FORALULA #Petrolão #Pedaladas #Lavajato TSE #aletheia #ForaComunismo #VemPraRua13Mar https://t.co/FHdykDcyZQ	01:00
IMPEACHMENT #FORADILMA #ForaPT #FORALULA #Petrolão #Pedaladas #Lavajato #aletheia #ForaComunismo #VemPraRuaBrasil https://t.co/oUJarism47	10:17
IMPEACHMENT #FORADILMA #ForaPT #FORALULA #Petrolão #Pedaladas #Lavajato #aletheia #ForaComunismo #VemPraRuaBrasil https://t.co/6MTphaSUKB	10:17
@JARBAS2JUNIOR	
#naovaitergolpe a oposição é @DepBolsonaro #VaiTerImpeachment #VemPraRua #ForaDilma #ForaCunha https://t.co/9PbwcUsr6e	19:51

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de pesquisa no Twitter (2016) a partir de dados obtidos por meio da plataforma IFTTT (<http://ifttt.com>).

Cabe chamar a atenção, nesse quadro, para duas potentes estratégias de visibilidade acionadas pelos perfis centrais que usaram a *hashtag* #ForaDilma: a colocação de dezenas de outras *hashtags* em coocorrência com ela e a marcação de pessoas tanto de direita quanto de esquerda.

Coocorrências de *hashtags*: discurso político conservador e estratégia de visibilidade

De início, há de se esclarecer que a *hashtag* #ForaDilma é considerada, no âmbito desta análise, como uma “fórmula discursiva”, tal como postulado por Alice Krieg-Planque (2010), fórmula esta que nos possibilita examinar

10 A autora entende “a fórmula como uma categoria particular de lugar discursivo. [...] Entendo por ‘lugares discursivos’ [...] textos (ou mais frequentemente, o que há neles, como o título, por exemplo) [...] ou, eventualmente, datas [...] [que são convocadas] como elemento articulador em muitas narrações da história iugoslava, ou números [como foi o caso] do 200.000, que se encontra em diversos pontos da narrativa da história iugoslava. No plano de suas funções no discurso, esses lugares discursivos podem fazer o papel de textos-chave, de provas autenticadoras, de índices de historicidade, de *slogans*, de palavras de ordem [...]” (KRIEG-PLANQUE apud SCHEPENS, 2011, p. 22).

11 O Foro de São Paulo – fundado em 1990 por Lula e Fidel Castro – foi apontado por Olavo de Carvalho como o “maior inimigo do Brasil”, como “a mais vasta organização política que já existiu na América Latina. [...] Dele participam todos os governantes esquerdistas do continente. Ele reúne mais de uma centena de partidos legais e várias organizações criminosas ligadas ao narcotráfico” (CARVALHO, 2007, apud BRASIL, 2014).

a circulação de discursos políticos, marcadamente de direita, no Twitter, no dia da manifestação. A autora propõe a noção de “fórmula” como uma nova categoria em Análise do Discurso que aciona determinados pressupostos teórico-metodológicos. Nesse sentido, entende “fórmula” como “um conjunto de formulações que, pelo fato de serem empregadas em um momento e em um espaço público dados, cristalizam questões políticas e sociais que essas expressões contribuem, ao mesmo tempo, para construir” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 9).

Do ponto de vista metodológico, Schepens (2011, p. 11), com base em uma entrevista realizada com Krieg-Planque, destaca que:

[...] a ênfase é posta na constituição do corpus, por meio das questões relativas à filtragem dos dados e das possibilidades de contagem. Essas considerações levam a reflexões teóricas, especialmente sobre a importância do interdiscurso. Além da noção de “fórmula”, a de “lugares discursivos”¹⁰ é exposta segundo uma concepção dos discursos muito atenta às materialidades e constitui uma proposta para quem quer apreender os discursos através das diferentes formas de cristalização que eles modelam e fazem circular.

Do ponto de vista teórico, para Krieg-Planque (2010, p. 14), “a noção de uso é determinante no estudo de uma fórmula, no sentido de que não existe fórmula ‘em si’, mas, antes, um conjunto de práticas languageiras e de relações de poder e opinião, em um momento dado, em um espaço público dado, que gera o destino ‘formulaico’ – se assim se pode dizer”. Ainda segundo a autora, “o léxico é, em seus empregos políticos e sociais, portador de valores, de argumentos, de engajamentos [...] uma unidade lexical está no coração de um debate público” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 30-31). Desse modo, no caso em exame, considera-se que as *hashtags* podem ser tomadas como discursos políticos que “são, ao mesmo tempo, o instrumento e o lugar (e não apenas a origem ou a consequência) das divisões e das junções que fundam o espaço público” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 13).

No entanto, as *hashtags* se mostram como uma forma peculiar de discurso político ao se apresentarem na forma de elipses, que, conforme ressaltam Costa e Santos (2012, p. 106), remetem ao não dito (o que é posto em silêncio), “configurando assim um lugar do possível, cuja produção de sentidos está submetida a determinadas condições de produção sócio-históricas de significação”. Nesse sentido, *tweets* como os reproduzidos de modo recorrente no Quadro 4, que apresentam como padrão o uso sequenciado de *hashtags* tais como #ElaNaoFica #EuFui #13Mar2016 #ForaPT #ForaDilma #LulaNaCadeia #LulaLadrao #ForaForoSP¹¹ e #CPMFNAO, além de denotarem o “lugar de fala” dos atores, estabelecem interdiscursos que correlacionam Dilma, Lula e o PT à corrupção como prática de governo de esquerda e, por consequência, defendem a necessidade de punição: #LulaNaCadeia.

12 Cabe informar que, em um levantamento geral de todos os usuários que publicaram mensagens com a *hashtag* #ForaDilma no dia 13 de março, essa desconstrução de imagens políticas do ex-presidente Lula e de seu partido fica ainda mais evidenciada pelo expressivo número de vezes que outras *hashtags* foram citadas: #LulaNaCadeia (407 aparições), #LulaDenunciado (17), #LulaLadrao (32), #LulaPreso (21), #LulaVaiPraCadeia (16) e #ForaLula (138). No que se refere ao Partido dos Trabalhadores, foram usadas as *hashtags* #ForaPT (970 citações), #ForaCorruPTos (37) e #ForaPetalhas (15).

13 Levando em conta o total de usuários que postaram mensagens com a *hashtag* #ForaDilma, identificou-se, no dia 13 de março, um total de 68 *hashtags*. No período selecionado, destacam-se: #SouMoro (53 vezes), #SomosTodosMoro (52) e #SouPF (24).

Como pode ser observado ainda no Quadro 4, as *hashtags* #ForaLula e #ForaPT, comparativamente a #ForaDilma, apresentam a coocorrência de um número expressivo de palavras que buscavam desconstruir as imagens públicas políticas do ex-presidente Lula e de seu partido, o PT, criminalizando-os¹². Os 10 usuários mais influentes da rede mapeada postaram em conjunto, apenas no dia 13 de março, 48 *tweets* contendo a *hashtag* #ForaDilma. Em coocorrência foram contabilizadas, em quantidade acima de cinco ocorrências, as seguintes *hashtags*: #LulaNaCadeia (30 vezes), #LulaLadrao (19), #ForaForoSP (15), #ForaLula (7) e #ForaPT (46).

Importa lembrar três fatos importantes que antecederam as manifestações do dia 13 de março: a condução coercitiva de Lula, no dia 4 de março; sua declaração, no mesmo dia, de que tinha a intenção de disputar a presidência em 2018; e, no dia 9, o pedido de prisão preventiva de Lula apresentado por três promotores do Ministério Público de São Paulo: Cássio Conserino, José Carlos Blat e Fernando Henrique Araújo.

O apoio à operação Lava Jato se refletiu claramente no modo como o Ministério Público Federal, o Supremo Tribunal Federal, a Polícia Federal e, sobretudo, o juiz Sérgio Moro ganharam proeminência¹³ nos *tweets* desses 10 usuários: #SouMoro (15 vezes), #SouPF (15), #SouMP (13), #SouConserino (10). Esse mesmo maniqueísmo observado no exame das postagens dos 10 maiores influenciadores identificados no Twitter está em consonância com o posicionamento adotado pelos três principais jornais de referência brasileiros: *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*. Ao analisarem o enquadramento das primeiras páginas desses três veículos no dia seguinte à manifestação, Becker et al. (2016, p. 107) assinalam: “O binarismo que sustenta o discurso nas capas dos três jornais se articula em torno da rivalidade entre PT/Lula (ao qual se associam os temas ligados à crise política e à corrupção) e ao Judiciário, na figura do juiz Moro, e posicionamentos do STF e OAB”.

De modo interessante, o que foi observado com relação à presença expressiva da *hashtag* #ForaPT (46 vezes) pode ser explicado a partir de Gallego, Ortellado e Moretto (2017, p. 43), os quais, em pesquisa realizada em São Paulo com manifestantes que em 25 de março de 2017 saíram às ruas em apoio à Operação Lava Jato, concluíram: “Para este grupo presente, que se define majoritariamente de direita e conservador, o discurso antipetista é o grande fator de coesão e identidade: 84% se definiram como muito antipetistas”.

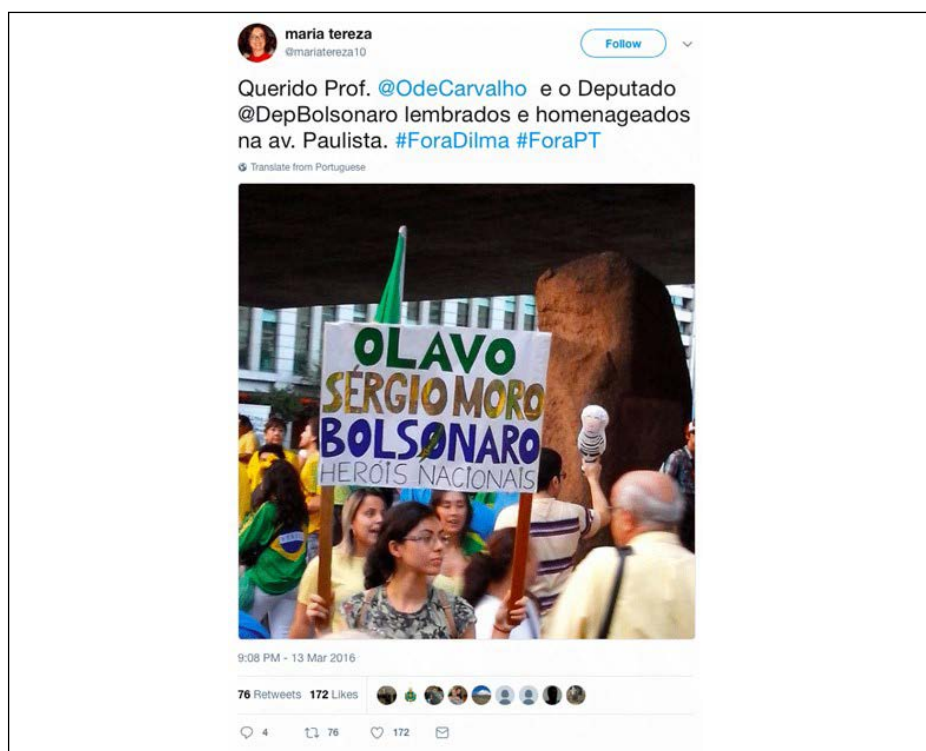
Por fim, no que se refere ao recurso a dezenas de *hashtags* como estratégia de visibilidade, Conover et al. (2011) esclarecem que as mesmas permitem às pessoas ampliar a escala e o alcance de suas mensagens postadas na plataforma, especificando o tópico ou o público o qual pretendem alcançar. De acordo com esses autores, cada *hashtag* permite identificar um fluxo de conteúdos distinto, com usuários participando de diferentes diálogos.

Marcação de pessoas: estratégia de visibilidade e fomento da polarização política

A marcação de pessoas pode ser considerada tanto uma estratégia de aumento de visibilidade eficaz quanto um indicador do modo como a polarização política foi fomentada no âmbito do Twitter.

O uso da marcação como estratégia para ganhar maior visibilidade é bem ilustrado no Quadro 4, com a única postagem feita pelo perfil @lobaoeletrico no dia 13 de março de 2016 – usuário com maior índice de centralidade de intermediação dentre aqueles que usaram a *hashtag* #ForaDilma. O *tweet* “RT @mariatereza10: Querido Prof. @OdeCarvalho e o Deputado @DepBolsonaro lembrados e homenageados na av. Paulista. #ForaDilma #ForaPT” (Figura 3) foi replicado 76 vezes e “curtido” por 172 usuários.

Figura 3 – Única postagem republicada pelo usuário @lobaoeletrico no dia 13 de março de 2016



Fonte: Twitter (2016).

O processo de menção funciona do seguinte modo. Quando Maria Tereza, que se apresenta para seus 357 seguidores no Twitter como “amiga da PMESP, especialmente do Choque”, faz a postagem inicial, marca Olavo de Carvalho e Jair Bolsonaro em sua postagem, e usa a *hashtag* #ForaDilma. Esses movimentos têm dois desdobramentos. O primeiro é colocar esse *tweet* no bolo de mensagens com a *hashtag*. Possivelmente, foi assim que Lobão viu a mensagem e a replicou. O uso da *hashtag* é uma estratégia de aumento de visibilidade.



A marcação de outros usuários no corpo do *tweet* faz com que esses usuários marcados se tornem potenciais agentes amplificadores da mensagem, uma vez que eles serão notificados da marcação e podem atuar de diferentes formas: 1) replicando a mensagem; 2) entrando no diálogo, respondendo à postagem original; e 3) curtindo a postagem. Qualquer uma dessas ações fará com que seus seguidores vejam isso. Assim sendo, além de se usarem *hashtags*, é interessante, para uma ideia ganhar visibilidade, que sejam envolvidos usuários representativos (que possam replicá-la) na postagem. O fato de as pessoas marcadas na postagem de Maria Tereza serem – ao mesmo tempo – personagens em destaque no momento político em questão e referenciados na imagem que ela publicou ajuda no processo. Além disso, a própria tática de utilização de conteúdo visual (a foto) na postagem é também uma ação de potencial aplicação da visibilidade, pois destaca a postagem nos *feeds* de notícias de quem a visualizar.

Não deixa de ser significativo – dada sua grande influência nas mídias sociais e também como colunista da *Revista Veja* – o fato de Lobão, identificado na mídia como “símbolo dos manifestantes antiPT”¹⁴, eleger o cartaz empunhado por manifestantes com as menções a Olavo de Carvalho, Bolsonaro e Sérgio Moro como heróis nacionais (Figura 3) como sendo sua única mensagem naquele dia. Tal atitude apenas reforça o apoio e a visibilidade conferidos ao ideólogo de direita Olavo de Carvalho¹⁵, bem como a Bolsonaro¹⁶ – considerado atualmente o maior representante da antipolítica nacional.

As marcações também podem indicar como os atores utilizam expedientes técnicos para convocar os adversários para a briga e, desse modo, fomentam a polarização política. Como pode ser observado no Quadro 4, o perfil @lord2k10 fez menções a @PTmilitância, @ptnacional, @jpt13 e @dilmabr.

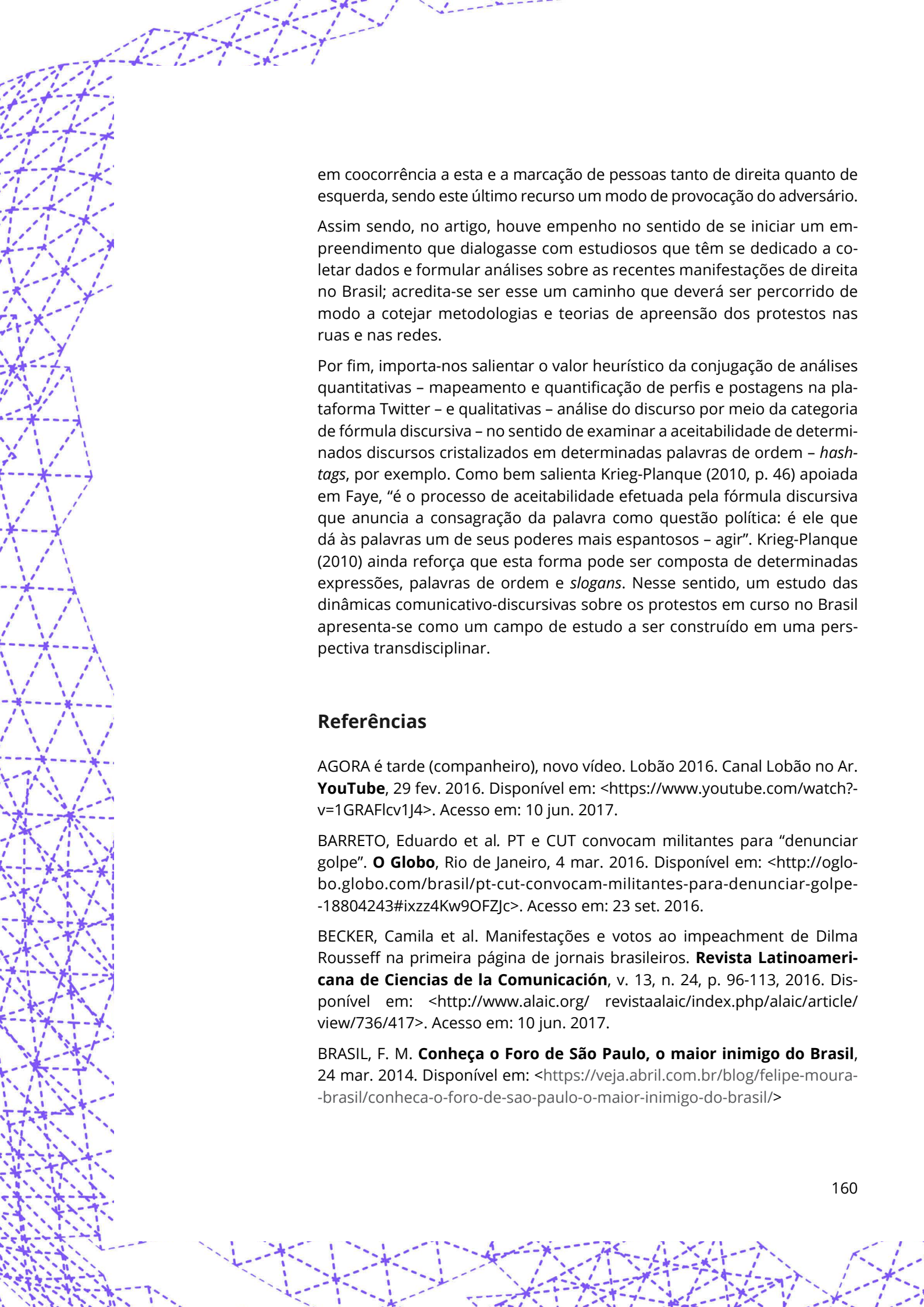
¹⁴ Ver, por exemplo, matéria publicada no portal do jornal *Folha de S. Paulo* (ROCHA, 2015).

¹⁵ Para uma rica análise dos discursos de Olavo de Carvalho, bem como de outros jornalistas porta-vozes da direita, ver o capítulo intitulado “A direita no ataque”, publicado por Ruy Fausto (2017) em seu recente livro, *Caminhos da esquerda: elementos para uma reconstrução*.

¹⁶ Interessante mencionar que; no corpo do *tweet*, o perfil da usuária inclui – junto com a menção ao perfil do “querido professor” Olavo de Carvalho – o perfil de Bolsonaro, quando este ainda incluía sua identificação como deputado. Atualmente, é @jairbolsonaro.

Considerações finais

A identificação da estratégia – predominante – de postagens que convergem para a construção de uma grande narrativa contra a corrupção e sua equivalência a #ForaDilma, #ForaLula e #ForaPT, e a observação do recurso à tática de uma expressiva e permanente atuação nas mídias sociais impõem a necessidade de estudos que deixem de naturalizar essa maciça presença dos atores políticos de direita e busquem entender como tal hegemonia vem sendo construída no ambiente digital: quais são seus atores, estratégias e discursos. Ou seja, há que se apreender e aprofundar o conhecimento sobre as especificidades desse novo formato de luta política que se manifesta ou se evidencia por meio de discursos e narrativas construídas ou demonstradas em plataformas digitais interativas, como foi o caso das estratégias discursivas e de visibilidade acionadas pelos perfis centrais ao adotarem a *hashtag* #ForaDilma: a colocação de dezenas de outras *hashtags*



em coocorrência a esta e a marcação de pessoas tanto de direita quanto de esquerda, sendo este último recurso um modo de provocação do adversário.

Assim sendo, no artigo, houve empenho no sentido de se iniciar um empreendimento que dialogasse com estudiosos que têm se dedicado a coletar dados e formular análises sobre as recentes manifestações de direita no Brasil; acredita-se ser esse um caminho que deverá ser percorrido de modo a cotejar metodologias e teorias de apreensão dos protestos nas ruas e nas redes.

Por fim, importa-nos salientar o valor heurístico da conjugação de análises quantitativas – mapeamento e quantificação de perfis e postagens na plataforma Twitter – e qualitativas – análise do discurso por meio da categoria de fórmula discursiva – no sentido de examinar a aceitabilidade de determinados discursos cristalizados em determinadas palavras de ordem – *hashtags*, por exemplo. Como bem salienta Krieg-Planque (2010, p. 46) apoiada em Faye, “é o processo de aceitabilidade efetuada pela fórmula discursiva que anuncia a consagração da palavra como questão política: é ele que dá às palavras um de seus poderes mais espantosos – agir”. Krieg-Planque (2010) ainda reforça que esta forma pode ser composta de determinadas expressões, palavras de ordem e *slogans*. Nesse sentido, um estudo das dinâmicas comunicativo-discursivas sobre os protestos em curso no Brasil apresenta-se como um campo de estudo a ser construído em uma perspectiva transdisciplinar.

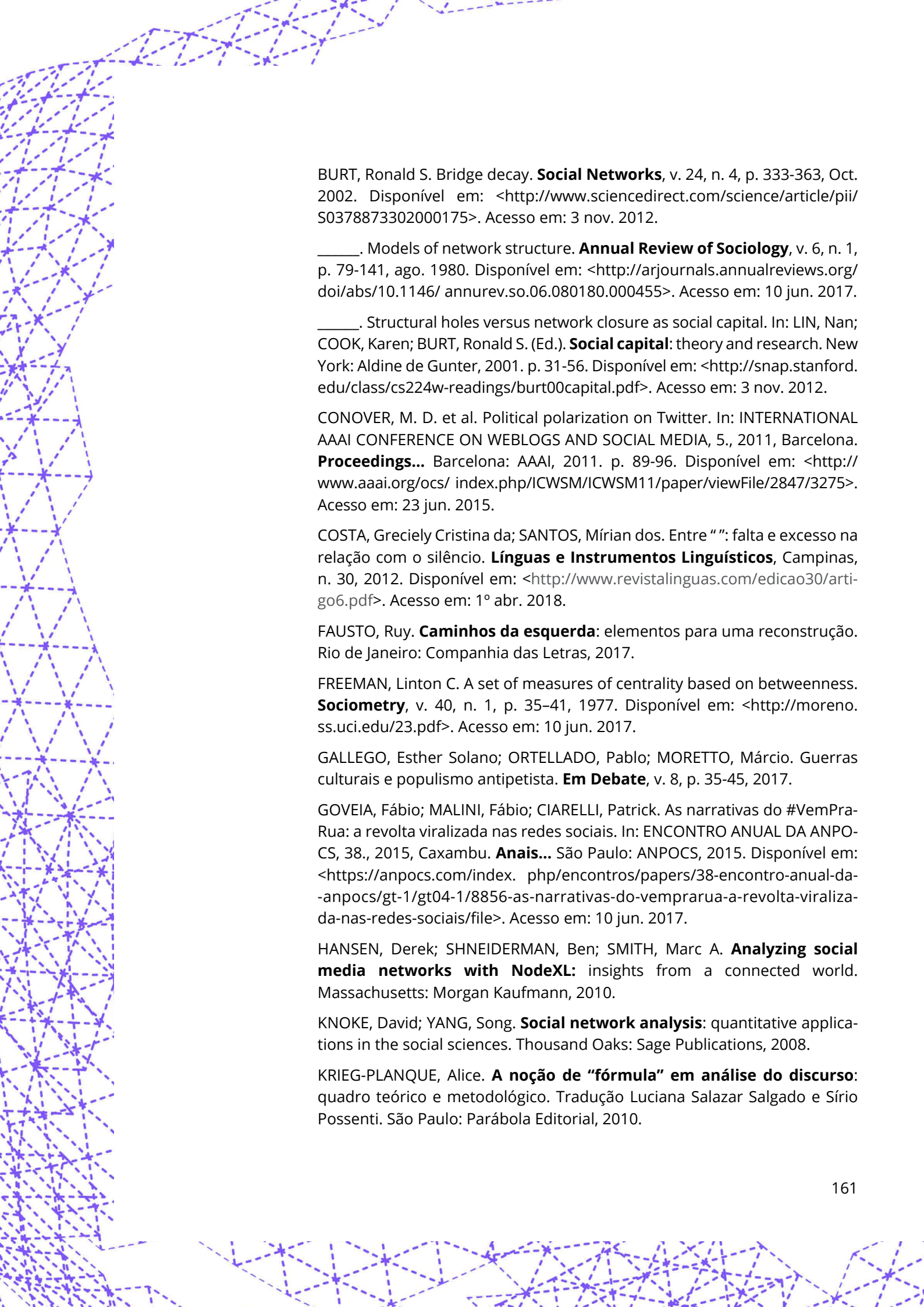
Referências

AGORA é tarde (companheiro), novo vídeo. Lobão 2016. Canal Lobão no Ar. **YouTube**, 29 fev. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1GRAFlcv1J4>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

BARRETO, Eduardo et al. PT e CUT convocam militantes para “denunciar golpe”. **O Globo**, Rio de Janeiro, 4 mar. 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/pt-cut-convocam-militantes-para-denunciar-golpe-18804243#ixzz4Kw9OFZJc>>. Acesso em: 23 set. 2016.

BECKER, Camila et al. Manifestações e votos ao impeachment de Dilma Rousseff na primeira página de jornais brasileiros. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 13, n. 24, p. 96-113, 2016. Disponível em: <<http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/736/417>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

BRASIL, F. M. **Conheça o Foro de São Paulo, o maior inimigo do Brasil**, 24 mar. 2014. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/felipe-moura-brasil/conheca-o-foro-de-sao-paulo-o-maior-inimigo-do-brasil/>>



BURT, Ronald S. Bridge decay. **Social Networks**, v. 24, n. 4, p. 333-363, Oct. 2002. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378873302000175>>. Acesso em: 3 nov. 2012.

_____. Models of network structure. **Annual Review of Sociology**, v. 6, n. 1, p. 79-141, ago. 1980. Disponível em: <<http://arjournals.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.so.06.080180.000455>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

_____. Structural holes versus network closure as social capital. In: LIN, Nan; COOK, Karen; BURT, Ronald S. (Ed.). **Social capital: theory and research**. New York: Aldine de Gunter, 2001. p. 31-56. Disponível em: <<http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/burt00capital.pdf>>. Acesso em: 3 nov. 2012.

CONOVER, M. D. et al. Political polarization on Twitter. In: INTERNATIONAL AAAI CONFERENCE ON BLOGS AND SOCIAL MEDIA, 5., 2011, Barcelona. **Proceedings...** Barcelona: AAAI, 2011. p. 89-96. Disponível em: <<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/viewFile/2847/3275>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

COSTA, Greciely Cristina da; SANTOS, Mírian dos. Entre “”: falta e excesso na relação com o silêncio. **Línguas e Instrumentos Linguísticos**, Campinas, n. 30, 2012. Disponível em: <<http://www.revistalinguas.com/edicao30/artigo6.pdf>>. Acesso em: 1º abr. 2018.

FAUSTO, Ruy. **Caminhos da esquerda: elementos para uma reconstrução**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2017.

FREEMAN, Linton C. A set of measures of centrality based on betweenness. **Sociometry**, v. 40, n. 1, p. 35-41, 1977. Disponível em: <<http://moreno.ss.uci.edu/23.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

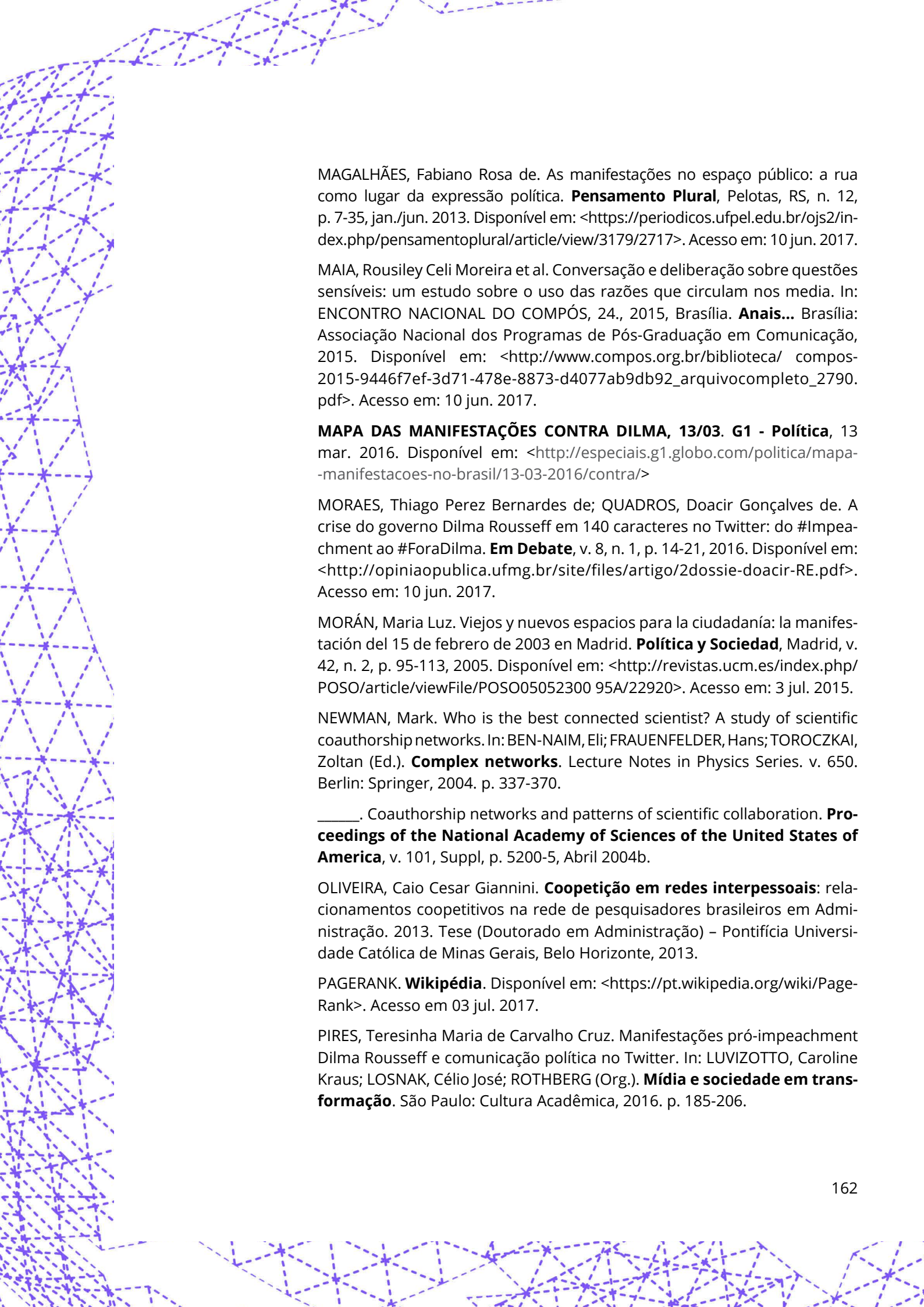
GALLEGO, Esther Solano; ORTELLADO, Pablo; MORETTO, Márcio. Guerras culturais e populismo antipetista. **Em Debate**, v. 8, p. 35-45, 2017.

GOVEIA, Fábio; MALINI, Fábio; CIARELLI, Patrick. As narrativas do #VemPraRua: a revolta viralizada nas redes sociais. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 38., 2015, Caxambu. **Anais...** São Paulo: ANPOCS, 2015. Disponível em: <<https://anpocs.com/index.php/encontros/papers/38-encontro-anual-da-anpocs/gt-1/gt04-1/8856-as-narrativas-do-vempraru-a-revolta-viralizada-nas-redes-sociais/file>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

HANSEN, Derek; SHNEIDERMAN, Ben; SMITH, Marc A. **Analyzing social media networks with NodeXL: insights from a connected world**. Massachusetts: Morgan Kaufmann, 2010.

KNOKE, David; YANG, Song. **Social network analysis: quantitative applications in the social sciences**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2008.

KRIEG-PLANQUE, Alice. **A noção de “fórmula” em análise do discurso: quadro teórico e metodológico**. Tradução Luciana Salazar Salgado e Sírío Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.



MAGALHÃES, Fabiano Rosa de. As manifestações no espaço público: a rua como lugar da expressão política. **Pensamento Plural**, Pelotas, RS, n. 12, p. 7-35, jan./jun. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/pensamentoplural/article/view/3179/2717>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

MAIA, Rousiley Celi Moreira et al. Conversação e deliberação sobre questões sensíveis: um estudo sobre o uso das razões que circulam nos media. In: ENCONTRO NACIONAL DO COMPÓS, 24., 2015, Brasília. **Anais...** Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-9446f7ef-3d71-478e-8873-d4077ab9db92_arquivocompleto_2790.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2017.

MAPA DAS MANIFESTAÇÕES CONTRA DILMA, 13/03. G1 - Política, 13 mar. 2016. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/politica/mapa-manifestacoes-no-brasil/13-03-2016/contra/>>

MORAES, Thiago Perez Bernardes de; QUADROS, Doacir Gonçalves de. A crise do governo Dilma Rousseff em 140 caracteres no Twitter: do #Impeachment ao #ForaDilma. **Em Debate**, v. 8, n. 1, p. 14-21, 2016. Disponível em: <<http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/2dossie-doacir-RE.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

MORÁN, Maria Luz. Viejos y nuevos espacios para la ciudadanía: la manifestación del 15 de febrero de 2003 en Madrid. **Política y Sociedad**, Madrid, v. 42, n. 2, p. 95-113, 2005. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/viewFile/POSO0505230095A/22920>>. Acesso em: 3 jul. 2015.


NEWMAN, Mark. Who is the best connected scientist? A study of scientific coauthorship networks. In: BEN-NAIM, Eli; FRAUENFELDER, Hans; TOROCZKAI, Zoltan (Ed.). **Complex networks**. Lecture Notes in Physics Series. v. 650. Berlin: Springer, 2004. p. 337-370.

_____. Coauthorship networks and patterns of scientific collaboration. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, v. 101, Suppl, p. 5200-5, Abril 2004b.

OLIVEIRA, Caio Cesar Giannini. **Coopetição em redes interpessoais**: relacionamentos cooperativos na rede de pesquisadores brasileiros em Administração. 2013. Tese (Doutorado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

PAGERANK. **Wikipédia**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Page-Rank>>. Acesso em 03 jul. 2017.

PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz. Manifestações pró-impeachment Dilma Rousseff e comunicação política no Twitter. In: LUVIZOTTO, Caroline Kraus; LOSNAK, Célio José; ROTHBERG (Org.). **Mídia e sociedade em transformação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016. p. 185-206.



ROCHA, Graciliano. Em manifestação com 50 pessoas na Paulista, Lobão ataca FHC e tucanos. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 maio 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/05/1630175-em-manifestacao-diminuta-lobao-chama-tucanos-de-comunistinhas-lustrosos.shtml>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

SANTOS JUNIOR, Marcelo Alves dos. **Vai pra Cuba!!!** A rede antipetista na eleição de 2014. 2016. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, Niterói, 2016. Disponível em: <<http://www.opiniaopublica.ufmg.br/site/files/biblioteca/Vai-para-Cuba-A-Rede-Antipetista-na-eleic.pdf>>. Acesso em: 06 jul. 2017.

SCHEPENS, Philippe. “Fórmulas” e “lugares discursivos”: propostas para a análise do discurso político. Entrevista com Alice Krieg-Planque. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Org.) **Fórmulas discursivas**. São Paulo: Contexto, 2011. p. 11-40.

SHIFMAN, L. **Memes in digital culture**. Cambridge: The MIT Press, 2014.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Direita nas redes sociais online. In: CRUZ, Sebastião Velasco e; KAYSEL, André; CODAS, Gustavo (Org.) **Direita volver!:** o retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 213-230.

TABAGIBA, Luciana; TRINDADE, Thiago; TEIXEIRA, Ana Claudia Chavez. Protestos à direita no Brasil (2007-2015). In: CRUZ, Sebastião Velasco e; KAYSEL, André; CODAS, Gustavo (Org.) **Direita volver!:** o retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 197-212.

TNW: Marc Smith: mapping and measuring connections: The Next Web. Canal TNW. **YouTube**, 25 abr. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=b5RonanIOF8>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

TRAUMANN, Thomas. Onde estamos. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 mar. 2017. Disponível em: <<http://media.folha.uol.com.br/poder/2015/03/17/onde-estamos.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

TWITTER. **Retweetar outro Tweet**. 2017. Disponível em: <<https://support.twitter.com/articles/20170063>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

WINDISCH, U. O discurso polêmico como resultante de atividades de inter-incompreensão mútua. In: THIOLENT, Michel. **Opinião pública e debates políticos:** subsídios metodológicos. São Paulo: Polis, 1986. p. 123-127