

# ARTES, MILITÂNCIA E CIÊNCIA DAS REDES

## *ARTS, MILITANCE AND NETWORK SCIENCE*

Rodrigo Esteves de Lima-Lopes  
UNICAMP

**Resumo:** Este artigo tem por objetivo refletir sobre o processo de construção de significados em um grupo de postagens de Twitter. O estudo analisou a avaliabilidade, com especial ênfase no sistema de engajamento (MARTIN; WHITE, 2005), a partir de uma abordagem baseada na ciência das redes (SCOTT, 2000; WATTS, 2004; BARABÁSI, 2014). Foram estudados os processos de constituição dos papéis na rede, a estrutura das postagens e o papel das *hashtags* na constituição do discurso. Os processos metodológicos contaram com a raspagem de dados e seu tratamento de forma a gerar diversos gráficos de rede utilizados para a análise. Os resultados mostram que o processo de engajamento estabelece postagens polarizadas em relação ao movimento, não fomentando o diálogo entre os grupos pró e contra performances artísticas menos conservadoras.  
**Palavras-chave:** Avaliabilidade; Engajamento; Ciência das Redes; Mídias Sociais.

**Abstract:** *This article aims at discussing the process of meaning instantiation in a group of Twitter posts. The study analyzed the Appraisal system, with special emphasis on the engagement subsystem (MARTIN; WHITE, 2005), based on the network science (SCOTT, 2000; WATTS, 2004; BARABÁSI, 2014). We studied the processes of constitution of the roles in the network, the structure of the posts and the role of the hashtags in the constitution of the discourse. The methodological processes relied on data crawling software in order to generate several network graphs. The results show that the engagement process establishes polarized postings in relation to the movement, not fomenting the dialogue between the groups pro and against less conservative artistic performances.*  
**Key-words:** *Appraisal; Engagement; Network Science; Social Media.*

### 1. QUESTÕES PRELIMINARES

Este artigo tem por objetivo discutir o processo de construção de significados em um grupo de postagens referentes ao movimento #342artes. A referida *hashtag* é resultado de um fluxo de protesto contra a censura, motivado pela reação negativa a uma performance com nu masculino realizado no Museu de Arte Moderna de São Paulo (doravante MAM-SP) em 2017. A *hashtag* também representa um coletivo de artistas que se posiciona sistematicamente contra processos de conservadorismo nas artes. Tal coletivo foi responsável pelo tuitaço que resultou nos dados coletados para esta pesquisa.

As bases deste trabalho estão na Gramática Sistemico-Funcional (HALLIDAY; MATTHIES-

SEN, 2014), com seu foco no Sistema de Avaliatividade (MARTIN; WHITE, 2005), e na Ciência das Redes (SCOTT, 2000; BARABÁSI, 2014; PAOLILLO, 2015), de forma a contribuir para os diversos estudos em linguística aplicada que estão partindo de uma reflexão teórica e analítica similares (LIMA-LOPES, 2017; LIMA-LOPES; PIMENTA, 2017; GABARDO; LIMA-LOPES, 2018). A gramática sistêmico-funcional se caracteriza por ser uma abordagem semântico-social de base paradigmática, cujo objetivo principal é estudar a linguagem em uso. Diferentemente de outras abordagens, ela dá a linguagem um status de construção de sentidos, sendo estes responsáveis por construir uma série de funções. Tais sentidos ou funções são motivadas (MARTIN, 2016) pelo seu contexto de cultura e pelo contexto de situação (HALLIDAY, 1976). Já o sistema de avaliatividade está relacionado com a forma como constituímos nossa subjetividade em um texto (MARTIN; WHITE, 2005), buscando padrões que nos auxiliem na compreensão de como nossa atitude é expressa por meio de linguagem. Este estudo se coloca em uma perspectiva exploratória, tentando evidenciar se é possível observar um sistema de classificação polar dos diversos tuítes. Parte-se, assim, do pressuposto que uma postura política em relação à campanha se manifestaria pela natureza das conexões entre os indivíduos, na estrutura da postagem na relação entre as *hashtags*. Acredita-se, então, que as diferentes escolhas podem refletir um matiz de escolhas que as representam.

Entre os subsistemas que Martin e White (2005) definem, estou especialmente interessado compreender como as *hashtags* e as postagens por elas indexadas, constituem um sistema de Engajamento. Tal sistema tem por objetivo analisar as possibilidades de auto-engajamento em relação a um tema, buscando-se, assim, entender como o indivíduo se relaciona a partir de uma perspectiva atitudinal. A questão do engajamento passaria, dessa forma, por significados que passariam por relacionamentos de alinhamento e desalinhamento, permitindo assim que sejam expressos significados referentes a suas crenças e pressupostos. Em outras palavras, opera-se a compreensão de como indivíduos endossam (ou não) determinados pontos de vista.

A partir desses pressupostos, o sistema de engajamento explora duas possíveis posturas por parte dos falantes, a Heteroglossia e a Nonoglossia. Este pode ser definida como uma instanciação do discurso sob o qual não há o reconhecimento direto de ações dialógicas, enquanto aquela prezaria pela clareza das relações discursivas e, logicamente, pela discussão e pela negociação. Uma consequência clara seria a observação de como os processos de expansão e alinhando ou de restrição dialógicos se constituem.

Já a análise de rede é caracterizada por ser uma abordagem interdisciplinar que busca compreender como alguns elementos importantes das relações naturais e humanas podem ser compreendidas por meio de diferentes processos de relação (PAOLILLO, 2015). Dado que a comunicação humana é um processo altamente relacional, a aplicação de modelos matemáticos que quantificam e abrem diferentes portas de análise tem sido algo comum. Especial atenção tem sido dada à comunicação digital pela sua necessária relação com processos comunicacionais em rede. Todavia, é importante observar que a ciência das redes pode ser utilizados em quase todos os meios de interação, tanto online como off-line.

De uma forma geral os estudos nessa área pressupõem que os indivíduos possam estar conec-

tados tanto por questões aleatórias como motivadas. Ou seja, tais relações parecem ser dar tanto ao acaso, como por motivações sociais (BARABÁSI; ALBERT, 1999). No caso da natureza da comunicação que uma tuitação representa, seria quase impossível pensar que as relações entre os participantes se dariam de maneira fortuita. Isso porque #342artes se caracteriza como um movimento organizado, os participantes que se engajaram em sua divulgação necessariamente estão comprometidos com valores ideológicos, implicando em um engajamento tanto pró como contra ela. Por conta disso, acreditamos que os papéis assumidos pelos participantes, as postagens e *hashtags* podem representar as características definidoras de sua identidade e discurso (WATTS, 2003). Gabardo e Lima-Lopes (2018) estudam os processos de interação em rede de um coletivo feminista, observando que os processos de engajamento estão especialmente relacionados com a construção de uma identidade de grupo que ocorre por meio das postagens. Acredita-se que o mesmo pode ser esperado aqui, uma vez que a análise mostrou um processo constante de não integração entre discursos diversos.

De forma a alcançar tal objetivo, este artigo analisará as postagens a partir de três perspectivas. Na primeira, buscar-se-á refletir sobre o papel dos usuários que compõe a rede de interações em #342artes, tentando estabelecer qual sua função em termos da propagação da *hashtag* na rede. Em um segundo momento, a análise se debruçará sobre a estrutura das postagens, de forma a compreender como se organiza a construção do significado. Por fim, o último momento de análise é referente às *hashtags* que coabitam as postagens com #342artes. Tal análise é levante porque acredito que sua função vai além da simples indexação das postagens, elas devem construir um ambiente semântico que também contribui para as relações de significação e, logicamente, de engajamento.

## 2. METODOLOGIA

Os dados colhidos para esta pesquisa fazem parte de uma manifestação coletiva de artistas contra a resposta negativa da mídia tradicional e de uma série de internautas contra uma performance do MAM-SP. Tal manifestação correu entre os dias 8 e 9 de outubro de 2017, por convocação de um coletivo de artistas nomeados #342artes. Tal coletivo em seu manifesto visa a combater o processo de censura nas artes brasileiras, sendo que fazem parte deste coletivo vários artistas das mais diversas áreas. A ortografia original do movimento foi concebida em formato de *hashtag*, provavelmente com o objetivo de reforçar sua característica de militância online.

### 2.1. COLETA E TRATAMENTO DE DADOS

Os dados desta pesquisa foram coletados com a utilização do software NodeXL em sua versão profissional, durante o tuitação em 9 de outubro de 2018. Os dados gerais da coleta são trazidos pela Tabela 1, na qual podemos observar um total de 940 perfis participantes, os quais se conectam em 1301 ligações. Os números dos tuítes mostram que há um pequeno número de textos originais os quais são retuitados um grande número de vezes. Tal fato demonstrar que o engajamento se caracterizou pela repetição constante de postagens, sem que houvesse a construção de narrativas pessoais por

parte dos participantes, fato que ocorreu em estudos com os de Lima-Lopes e Pimenta (2017).

	Valores
Nós	964
Vértices	1301
Tuites originais	60
Retuítes	1082
Total de palavras	20514

Tabela 1: Dados retirados de #342artes

Após a raspagem, os dados foram exportados em formato *\*.graphml* para que fossem tratados no software Gephi. Tal procedimento teve por objetivo a criação de processos de visualização mais claros para a análise.

A análise das *hashtags* partiu da verificação de sua associação, de forma a analisa-las a partir de sua co-ocorrência. Apesar de #342artes ser a responsável pela deflagração das interações, durante a análise de dados observou-se que ela ocorre com diferentes etiquetas, dependendo do significado da postagem. Essa diferença levou a necessidade da criação de um gráfico que representasse as relações entre elas. Infelizmente, tal levantamento não pode ser realizado de forma automática, o que levou ao tratamento manual desses dados por meio de tabelas em formato *\*.csv* posteriormente submetidas ao software Gephi para análise das relações.

A sequência de processamento dos tuites se iniciou pelo Cowo, de forma a gerar uma matriz com base nas palavras de um corpus. Tal matriz parte do cálculo de colocados considerando sua relação como uma interação mútua ou não — algo que depende da existência de co-colocações. Tais matrizes foram submetidas ao programa VOSviewer de forma a gerar um gráfico de rede, no qual os nódulos são representados pelas palavras. Posteriormente, os dados foram submetidos ao Gephi para que, finalmente, um gráfico de rede fosse gerado além de se aplicar, então, o cálculo de centralidade.

### 3. O ESTUDO

#### 3.1. A REDE E A SUA INFLUÊNCIA

Como se pode observar na Figura 1, o objetivo desse levantamento é observar como mensagem indexada por #342artes e etiquetas a ela conectada se propagam pela rede de usuários. Como a rede é composta por uma série de subredes. Tais redes são conectadas por uma série de *hubs* (SCOTTI, 2000; WATTS, 2004), cuja função principal é levar as publicação a usuários, muitas vezes, desconectados entre si. Isso não significa que alguns deles não se conectem com as pequenas redes representadas por esses *hubs*, tais conexões existem, mas com podemos observar elas não parecem tão intensas.

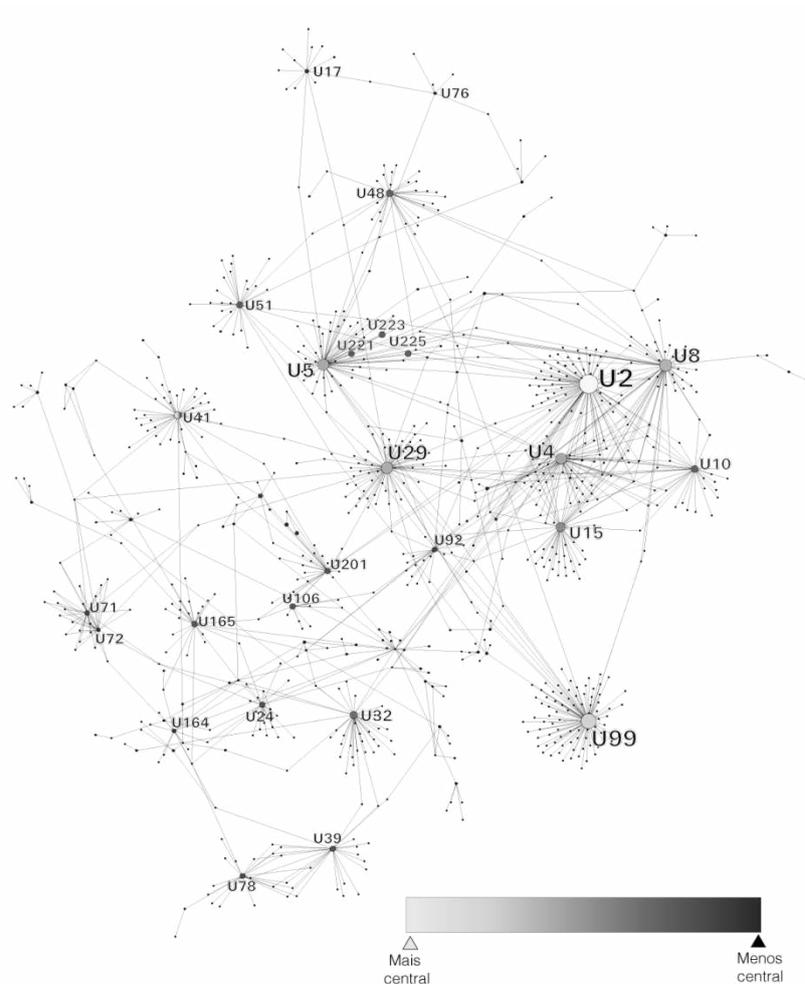


Figura 1: A interação em #342Artes

Isso pode significar que, apesar do grande número de pessoas que ela atingiu, apenas alguns agentes são os maiores difusores da *hashtag*. De fato, se observarmos o levantamento realizado na Figura 1, em cuja importância dos nódulos é representada por seu tamanho e cor, mostra que alguns indivíduos, como U2, U99, U29, U5 e U8 ganham destaque pelo grande número de conexões. Tal fato é resultado do grande número de retuítes alcançados por tais perfis, quanto maior o número de redirecionamento de suas mensagens, maior sua relevância. Esses usuários se destacam pelo seu papel importante na mídia de massa brasileira. U2 é um famoso ator de telenovelas, U99 é um crítico cinematográfico, U29 é um jornalista de esquerda, U5 é um conhecido canal de notícias independente e de esquerda, ao passo que U8 é um famoso cantor de MPB ativo desde os anos 60.

Isso de, certa forma, demonstra que a maior centralidade na rede é conquistada por indivíduos que se colocam a favor do movimento representado por #342artes, como podemos observar nos exemplos 1 e 2:

- 1) RT @Usuário\_02: #342Artes #Censuranuncamais <https://...>
- 2) RT @Usuário\_29: São muitas as vozes que não irão se calar.

É provável que o prestígio de tais participantes seja um elemento que ajude a determinar seu

papel nesta rede. Como discutiremos a seguir, tal fato não impediu que a #342artes se relacionasse com *hashtags* que exprimem significados negativos a campanha. Todavia, elas não apenas terão números menores em termos de centralidade, como também são postadas por indivíduos menos influentes nesta rede.

Tais resultados são interessantes, especialmente se comparados aos de Watts e Doods (2007). Analisando uma rede a partir da influência na decisão de compra de produtos, os autores observaram que grandes figuras midiáticas, ou influenciadores, tendem a serem menos importantes no processo do que pessoas que estão no mesmo patamar de importância na rede. Sua proposta estabelece evidências contrárias a teoria da agulha hipodérmica (MERTON; LAZARFELD, 1978), para a qual mídia de massa pode ser um importante elemento de reforço para as mídias sociais. Tal reforço pode ocorrer por meio de indivíduos que possuem um relevante papel na constituição social do meio.

Apesar de os dados desta pesquisa serem relativos a um sistema de expressão de opiniões políticas, e de terem de uma escala muito menor, parecem contradizer esses resultados no que tange ao processo de formação de opinião: no campo das ideias positivas, influenciadores com grande participação midiática são mais relevantes do que pares sem tal expressão. Já no que tange as ideias contrárias, os resultados são similares aos de Watts e Doods (2007): são pessoas comuns que influenciam umas as outras.

Isso parece mostrar que a natureza da influência pode ser diferente, dependendo do tipo de rede e da temática da interação que a constitui. Isso pode não invalidar completamente a teoria da influência midiática, como postulada por Merton e Lazarsfeld (1978); é natural se pensar que, mesmo não sendo o Twitter uma mídia de massa em seu sentido mais estrito, determinados perfis possuem grandes números de seguidores, o que pode levar a processos de influência marcado por algumas personalidades relacionados aos meios massivos. De certa forma, ao reforçarem seu papel no Twitter, essas personalidades estão remetendo aos papéis já por eles desempenhados na televisão, indústria fonográfica e jornais de grande circulação: é graças a sua presença em tal contexto que sua força é construída. São os meios digitais e os tradicionais interagindo em seus processos de criação de significados.

### 3.2. A ESTRUTURA DAS POSTAGENS

O processo de interação em #242artes se caracteriza pelo retuíte – reencaminhamento de uma mensagem – constante de palavras de ordem, já postadas pelas figuras midiáticas já observados na seção 3.1. Isso provavelmente é o resultado da própria natureza da interação aqui constituída: por se tratar de um movimento organizado, isso pode ser um indicativo dessa configuração discursiva.

- 3) RT @usuário\_04: Queremos cultura com educação, não sem educação e sem cultura!  
#342Artes #Censuranuncamais <https://link.para.video>
- 4) RT @usuario\_02: Pedofilia não é arte. #PedofiliaNaoEArte #SomosTodosDonaRegina  
#342Artes #CensuraNuncaMais #ContraACensuraEADifamação
- 5) RT @ usuário\_165 #GloboLixo Quando a pedofilia for legalizada e a denúncia se tornar crime, vai ser tarde demais! #342Artes

Os exemplos de 3 a 5 trazem retuítes corriqueiras, demonstrando alguns dos principais padrões de construção do significado. Nos exemplos 3 e 2, há um tipo de postagem relevante e deveras comum; tratam-se de palavras de ordem que implicam em demandas do movimento #342artes. O mesmo pode ser dito em relação aos exemplos 4 e 5: o primeiro parte de uma definição de pedofilia e sua separação da arte, em um processo de negação da performance no museu como arte; ao passo que o segundo toma um processo hipotético de

Ramos (1997) faz um estudo das cadeias lexicais, dos processos e das interações em diversos materiais empresariais em língua inglesa. Seus resultados indicam para a utilização do *nós* (*we*) como forma de personificação da empresa, que passa a representar uma estrutura realizadora e, até certo ponto, humanizada. Mesmo que, em muitos casos, o uso do *nós* exclua o leitor (RAMOS, 1997) "genre": "Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem", "event-place": "São Paulo", "note": "00032", "author": [{"family": "Ramos", "given": "Rosinda de Castro Guerra"}], "issued": {"date-parts": [{"1997}]}}, "schema": "https://github.com/citation-style-language/schema/raw/master/csl-citation.json". De certa forma, o fato de tais proposições parecem ocorrer de forma a retratar o coletivo, instanciando a demanda a partir de um *nós* igualmente exclusivo. O que parece ser diferente no cenário de #242artes é o objetivo; aqui ele parece ser construir a força de uma coletividade no processo reivindicatório.

Esse tipo de fenômeno também ocorre em tuítes que criticam o uso da *hashtag*. Da mesma forma, é estabelecido o uso de um *nós* exclusivo cujo objetivo também é estabelecer uma relação de separação em relação ao movimento #342artes. Manifestações desse tipo de estratégia podem ser observados nos exemplos 6 e 7. No primeiro, o contraste fica claro pela utilização de diferentes pessoas *nós* vs. *vocês*, e pelo agressivo tom imperativo, ao passo que, no segundo, a estratégia é atribuir à emissora de televisão a ação que resulta na oposição.

- 6) RT @usuário\_110 Deixem nossas crianças em paz! #SomosTodosDonaRegina
- 7) RT @usuário\_30 A Globo tentando destruir nossa família e nós tá como? #Fantastico #342Artes

Um fator que não pode ser deixado de lado é que #SomosTodosDonaRegina é a única etiqueta que possui uma estrutura discursiva que agrega esse processo exclusivo (*somos*), de forma a marcar a identificação com uma senhora entrevistada em um programa de televisão e também intensificar a ideia de que há uma oposição entre dois grupos: aqueles que se identificam ou não se identificam com a batalha em favor da moralidade.

- 8) RT @usuário\_05: Fernanda Montenegro contra a censura e a difamação. #342Artes #Censuranuncamais
- 9) RT @usuário\_02: #342Artes #Censuranuncamais <https://link.video>

Os exemplos 8 e 9 trazem duas outras estruturas comuns. A primeira está relacionada a inserção de nomes de artistas midiaticamente conhecidos que, de alguma forma, passaram a contribuir para a campanha. Tais contribuições estão relacionadas especialmente a postagens com a identificação da

*hashtag* ou de produtos audiovisuais declarando seu apoio. Já a segunda é possível observar que o vídeo parece ser a mídia extratexto mais usada, uma vez que um vídeo em prol da campanha foi realizado por artistas brasileiros como forma de apoio. Talvez por incorporar diversos participantes da campanha, ou artistas militantes da causa, esse vídeo foi amplamente divulgado pelos usuários.

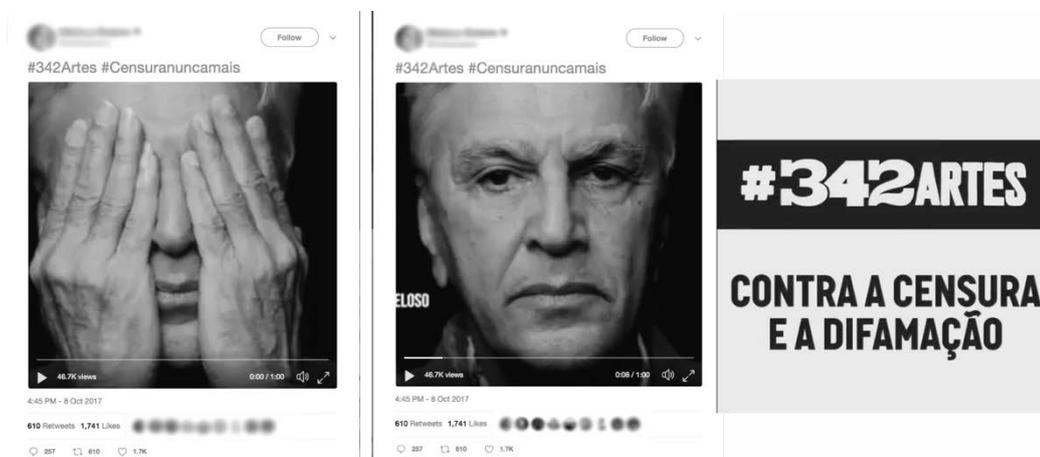


Figura 2: Vídeo #342Artes

Fonte: <http://342artes.com.br> Acessado em 10/jan./2018

A Figura 2 traz alguns frames desse vídeo. Sua estrutura é composta por uma série de fotografias de artistas de áreas diversas, na figura em questão há a foto de Caetano Veloso, com os olhos cobertos. Posteriormente, esses mesmos artistas tiram as mãos dos olhos, revelando-se e tendo seu nome escrito na tela. Ao final, é mostrado o terceiro frame (em amarelo), encerando-se o vídeo. O fato desse vídeo estar entre as postagens mais replicadas no movimento #342artes pode ser explicado pelo fato de ela ser um impactante manifesto visual da campanha realizada pelo coletivo.



No exemplo 11, pode-se observar a replicação de uma postagem comum, na qual os usuários utilizam a voz de autoridade da Associação Médica Brasileira como forma de legitimar sua crítica à performance realizada no MAM-SP. Ela está relacionada a um evento artístico específico e é largamente utilizada como forma de crítica à campanha como um todo. Seu alto grau de replicação fez com que a entidade (ver Figura 3) se tornasse tão central quanto os elementos temáticos desencadeadores.

- 15) RT @usuário\_51: Quem viveu na ditadura sabe como é a repressão e não podemos aceitar mais esse retrocesso! #342Artes #CensuraNuncaMais <https://link.video>
- 16) RT @usuário\_26: #342artes é a demonstração clara do abismo que existe entre uma classe artística arrogante, elitista e hipócrita e o bom senso...
- 17) RT @usuário\_05: O MBL patrulha escolas, fecha exposições e persegue artistas. #342Artes #CensuraNuncaMais #ContraACensuraEADifamação
- 18) RT @usuário\_32: Coordenadora de movimento contra “censura” nas artes tentou censurar biografias na justiça #342Artes

Se novamente observarmos a Figura 3, notaremos que diversas palavras parecem formar pequenas redes, como é o caso de “decorar”, “objetivo”, “sala” e “função” (ex. 10) ou de “repressão”, “aceitar”, “ditadura” e “retrocesso” (ex. 15) ou de “hipócrita”, “abismo”, “elitista” e “classe artística” (ex. 16). Essas pequenas redes representam itens lexicais com grande grau de colocação (HALLIDAY; HASAN, 1976; SINCLAIR, 1991), o que parece ser justificado pelo número de retuítes dessa postagem. Apesar de tal fato, elas parecem formar um campo semântico responsável pela representação de mundo presente nessas campanhas, abrindo caminho para uma caracterização dos diversos atores sociais presentes nas postagens relacionadas à #342artes.

Diversas cadeias poderiam ser formadas, entre elas estariam “coordenadora”, “censura” e “biografias”, responsável por relacionar um dos participantes-chave de #342artes à sua atividade por ocasião da lei das biografias em 2015 (ex. 18) ou “MBL”, “patrulha escolas” e “fecha exposições”, em referência a uma organização política não oficial responsável por ações conservadoras (ex.17). De forma geral, as cadeias referentes às críticas ao movimento #342artes tendem a serem mais ricas em termos de associação do que àquelas a favor. Isso parece ser o resultado da própria militância. Não obstante ambos os grupos utilizem retuítes com uma grande frequência, os participantes de #342artes, por estarem organizados sob a égide de um movimento, constituem, portanto, um discurso mais uníssono, elegendo formas mais comuns de expressão de suas ideias. Já o grupo de opositores, em contraste, exatamente por possuírem menos indivíduos centrais – como já discutido anteriormente – replicam mais localmente, mostrando uma variedade maior de justificativas em suas postagens.

### 3.3. ETIQUETAS E SUA RELAÇÃO COMO DISCURSO

Foram observadas a coexistência de 20 etiquetas durante o processo de coleta de dados. Sua função parece estar relacionada não apenas com os processos de organização *folksomica*, mas também como uma forma de categorização e pertencimento do pensamento, algo muito próximo das discussões estabelecidas por Siqueira (2018) no que tange sua análise da indexação de imagens do Instagram no contexto brasileiro. Tais etiquetas (Figura 4) podem ser classificadas em 2 categorias: 1) as utili-

zadas em defesa da causa iniciada pelo coletivo e 2) etiquetas presentes apenas em situação de crítica à campanha. A etiqueta que representa o próprio coletivo não foi classificada por ser considerada o elemento discursivo do qual toda a discussão dessas *hashtags* emana. Tais classificações serão discutidas mais a diante.

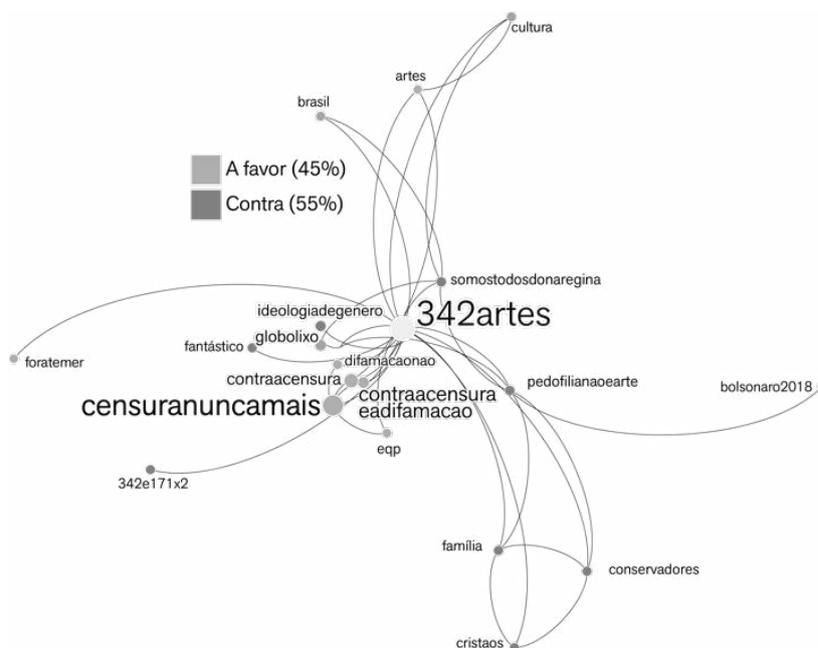


Figura 4: Relação entre as *hashtags* em #342artes

Um elemento importante a ser observado (Figura 4) é que a maior variedade de hashtags presentes no levantamento se coloca contra a exposição. Isso pode significar que #342artes abarcou aspectos plurais em sua discussão, não se atendo somente às ações que corroboravam seu proposto inicial: uma reação contra às críticas e tentativas de censura direcionadas à performance artística, em especial no episódio do MAM. Como é observável na Figura 4, a posição e o tamanho no grafo indicam a métrica de centralidade, o que mostra um importante contraste no que se refere à importância dessas etiquetas no universo discursivo representado por elas. Primeiramente, é observável que a etiqueta referente ao movimento (#342artes) é a mais central, o que pode ser esperado graças a seu papel deflagrador da discussão; pressupõe-se, assim, que ela seja citada de forma constante e intencional do conteúdo das postagens.

Aparte disso, as posições de maior centralidade são ocupadas por *hashtags* classificadas como positivas, sendo as negativas de centralidade menor. Tais resultados parecem demonstrar que apesar de se estabelecer uma relativa pluralidade discursiva, seu uso ainda é marcado por um posicionamento político em favor das ideias defendidas pelo coletivo.

A *hashtag* central (#342artes) é utilizada como forma de identificação de postagens que se relacionam com a temática específica em defesa/crítica da exposição (exemplo 19), dos processos de censura e da própria organização em si. Sua relação com as demais *hashtags* é, muitas vezes, de justaposição, sendo colocadas de forma sequencial no final da postagem. Como já colocado, há sua gramaticalização em tuítes que representam posições favoráveis e contrárias ao movimento ou que relatam

críticas a seus participantes (exemplos 20 e 21).

- 19) RT@usuario\_29: São muitas as vozes que não irão se calar. #342Artes #CensuraNuncaMais #ContraACensuraEADifamação
- 20) RT @usuario\_08: #342artes pela liberdade artística!
- 21) RT@usuario\_99: Muito curioso ver alguns artistas que apoiaram avidamente o golpe vindo agora participar do #342artes contra a censura que o golpe semeou.

Quando tal gramaticalização ocorre, #342artes é necessariamente é personalizada em um processo de metáfora gramatical (HALLIDAY, 1994), qual ou ela se torna a entidade agente por uma ação de resistência (exemplo 20) ou um *locus* de militância (exemplo 21).

As *hashtags* classificadas como rótulo *A Favor* estão relacionadas a mensagens que se colocam contrárias às críticas realizadas à referida exposição do MAN, ou àquilo que se identifica como censura nas artes. Tais etiquetas também são colocadas de ou de forma justaposta ao final da postagem (ex. 22), necessariamente após #342artes, ou como sendo a única mensagem presente na postagem (ex. 23). Isso pode leva a um processo de indexação múltipla, no qual o campo semântico representado pela resistência do movimento se amplia para outras discussões que podem não ter sido criadas apenas com o objetivo de se relacionar à #342artes. Ao mesmo tempo, tal prática que funciona como forma de complementação de seus sentidos, indexando o processo de luta como múltiplo e pertencente a mais de um local virtual de militância.

- 22) RT @usuario\_48: São muitas as vozes que não irão se calar. Não aceitaremos censura nem difamação. #342Artes #CensuraNuncaMais #ContraACensuraEADifamação
- 23) RT @usuario\_02: #342Artes #Censuranuncamais
- 24) RT @usuario\_05: O MBL patrulha escolas, fecha exposições e persegue artistas. #342Artes #CensuraNuncaMais #ContraACensuraEADifamação

Essa militância se traduz como um sistema semântico que coloca a censura, a não compreensão do ato artístico e as referências a possíveis estados de exceção como elementos balizares. Exemplos seriam #CensuraNuncaMais, que realiza uma clara referência ao movimento militar não democrático brasileiro que ocorreu entre 1964 e 1995, e #ContraACensuraEADifamação, que representa um alerta contra a possíveis deturpações de performances artísticas e da agressão aos artistas realizadores.

Outro ponto a ser observado é que tal sistema parece estabelecer diferentes níveis semânticos de generalidade em seu significado; #CensuraNuncaMais parece ser um superordenado em relação a #ContraACensura, uma vez que a negação definitiva da primeira pode abarcar o mais localizado da segunda: ser contra a censura em todos os tempos é algo maior do que ser simplesmente contra ela. O mesmo pode ser dito em relação a #ContraACensuraEADifamação, #DifamaçãoNão e #ContraACensura, uma vez a primeira parece agregar os significado das demais. Se voltarmos nossos olhos para a Figura 4, notaremos que #CensuraNuncaMais é a *hashtag* a favor com maior centralidade, servindo como ligação entre as demais, #ContraACensuraEADifamação, #ContraACensura e #DifamaçãoNão se relacionam por meio dela. Ela é um hub que parece também responsável pelo estabelecimento de ligações semânticas, uma vez que é com ela que se estabelecem os laços fortes de relação.

As *hashtags* classificadas como rótulo *Contra* representam usos que tecem críticas diretas ao

movimento #342artes, aos significados a ele vinculados ou aos seus participantes. Uma tônica comum a tais críticas é relacionar o movimento e a exposição a atos de pedofilia (ver exemplo 26), associando a *hashtag* ao outra que relaciona o número 342 como sendo o dobro do valor 171, que também representa o artigo do código penal brasileiro referente a estelionato. Ao criar tal associação, está-se na verdade acusando os participantes de tal crime, em uma clara estratégia de *dog whistle*, na qual processos avaliativos são codificados de forma a serem compreendidos apenas por participantes de determinadas comunidades discursivas (COFFIN; O'HALLORAN, 2006).

Todavia, nem todos os processos negativos estão escondidos ou codificados. Alguns representam avaliações diretas, manifestadas no próprio texto das *hashtags* – como é o caso de #PedofiliaNaoEArte e #SomosTodosDonaRegina –, refletindo avaliações ao ato de produção artística e aos militantes de #342artes. Esta última pode ocorrer de três formas, ora pela associação de seus militantes a atos criminosos (ex.26), ora pelo xingamento direto (ex.27) e ora pela associação de tais participantes com atos classificados como censura por seus opositores (ex. 28), como já discutido anteriormente.

- 25) RT @usuario\_772: #342Artes...discordar de vcs ã é censura...ã estamos contra a arte...façam o q quiserem...só queremos q ã exponham as crianças..."@cantoraMPB #342e171x2
- 26) @usuario\_08 Deixa de ser pedofilo kkkkk #342artes #PedofiliaNaoEArte #SomosTodosDonaRegina
- 27) #342artes foda-se a opinião desses lixos chamados de "artistas". #PedofiliaNaoEArte #bolsonaro2018 #SomosTodosDonaRegina
- 28) @Usuário\_60 em campanha contra censura só pode ser piada de mau gosto. A mulher queria proibir as biografias! #342artes

No que tange a associação dessas *hashtags* elas criam um espaço político de ativismo conservador. Como mostram os exemplos de 25 a 28, estão associadas militâncias partidárias de direita, a reação direta ao conteúdo da performance realizada no MAM e a citação de uma entrevista em mídia televisiva, #SomosTodosDonaRegina. Tal entrevista, realizada em um programa televisivo de grande audiência, mostrava uma senhora que criticava a presença de uma criança em tal performance. A viralização da entrevista rapidamente a transformou em memes diversos e em um indexador dessa crítica. É importante observar que sua criação também transcende a ideia de que tais palavras sejam meramente indexadoras: a participante de tal programa, ao ser associada a esta luta, se torna uma espécie de representante involuntária deste grupo, independente do conteúdo efetivo da entrevista. Nesse sentido, apesar de se referir a uma pessoa, #SomosTodosDonaRegina traz um processo de apropriação de uma personagem midiática quase aleatória e uma causa por meio do poder discursivo da indexação em rede.

#PedofiliaNaoEArte é a mais central no eixo das de valor negativo. Ela estabelece uma ligação entre quase todas as *hashtags* tecendo uma relação entre elas que, de outra forma, estariam totalmente dispersas apesar do uso similar. As únicas exceções são #342e171x2 e #ideologiadegenero, que se relacionam exclusivamente com #342artes, sendo respostas diretas a ela.

Isso dá a este grupo uma configuração semântica bastante diferente das presentes no grupo

anterior uma vez que, se observamos como tais *hashtags* interagem, elas não parecem formar um grupo de significados tão articulado. As únicas que se relacionam em termos de co-ocorrência são #Família, #Conservadores e #Cristãos, todas sequencialmente repetidas em algumas postagens, muitas vezes retuitando links (ex. 29), identificando a fé cristã com princípios conservadores.

- 29) @Usuario\_62 @usuario\_61 #Bolsonaro2018 #342Artes #Pedofilia-NaoEArte #Família #Conservadores #Cristãos <https://t.co...>

Um ponto a ser observado é que um dos canais de televisão responsáveis por noticiar a exposição e promover o programa televisivo que deu origem a *hashtag* #somostodosdonaregina é avaliado negativamente pelos internautas. De maneira geral, a emissora é classificada negativamente por exibir a questão em seus programas televisivos (exemplos 30 e 31), algo que também recai sobre seus atores contratados e sobre alguns de seus programas de televisão (exemplo 32).

- 30) RT @usuario\_39: Na minha casa é assim Globo lixo é bloqueado. #Globo-Lixo #342Artes #IdeologiaDeGenero  
31) RT @usuario\_78: Usuários das redes sociais mostrando a força que tem, a voz do povo ecoando como nunca contra a #GLOBOLIXO #342Artes  
32) RT @usuario\_13#GloboLixo Será que os globalistas imitam todo filme B ou será que todo filme B quer repassar a realidade dos globalistas?

De forma geral, esse processo de avaliação está relacionado ou a um boicote à emissora (ex. 30) ou à avaliação positiva do processo de reação contra a emissora pela atividade das *hashtags* contra ela (ex. 31). Já seus atores contratados, quando aparecem citados, tem seu trabalho avaliado (ex. 32).

#### 4 Considerações finais

Este artigo teve por objetivo refletir sobre as possíveis contribuições da análise de redes para o estudo da **Avaliatividade**. De forma a realizar tal objetivo, foram raspados dados a respeito da etiqueta #342artes, de forma a refletir sobre sua configuração em rede a partir de três perspectivas. A primeira está relacionada à observação dos atores sociais que participaram de #342artes, de forma a compreender qual seu papel no processo de utilização da *hashtag* e do espalhamento do tópico pelos diversos usuários do Twitter; o segundo estudou a estrutura das postagens, de forma a entender como os significados são construído, ao passo que a terceira buscou analisar a relação entre #342artes e outras *hashtags*, de forma a compreender elas seriam utilizadas exclusivamente para indexação de opiniões ou se formariam também cadeias significativas.

Os resultados mostram que #342artes foi utilizada tanto por simpatizantes do movimento contra a censura nas artes, responsável pela sua criação, mas também por opositores ao movimento. De forma geral, os resultados levantados são relevantes por mostrar:

Com observado na análise, indivíduos com o papel social relevante nas mídias de massa se colocaram como influenciadores nas postagens. A maioria desses indivíduos se posicionou a favor do

movimento, o que gerou sua maior expressividade na rede; os indivíduos contrários, na sua maioria, não gozavam de tal prestígio, o que os tornaram menos centrais nos levantamentos. De forma alguma isso impediu que tais ideias também se propagassem, mas elas partiram de indivíduos menos centrais, com menos poder individual de influência.

Esses resultados, como já discutido, posiciona a tomada de decisão no que tange a participação e ao poder de influência que figuras midiáticas e indivíduos de importância semelhante. Os primeiros parecem se influenciar mais o engajamento de apoio, ao passo que o segundo está relacionado ao de rejeição do movimento.

As postagens se caracterizaram pelo grande número de replicações (ou retuítes) o que contrasta com outros trabalhos que caminham por esta seara, como é o caso de Lima-Lopes e Pimenta (2017) e Gabardo e Lima-Lopes (2018), no qual a postagens de Twitter e Facebook parecem constituir discursos mais independentes. Esse contraste também pode ser observado em relação ao uso de WhatsApp, no qual a postagens de indivíduos parecem ser deveras personalizadas (LIMA-LOPES, 2017).

É importante observar que tal prática levou a constituição de cadeias lexicais que parecem classificar os participantes e seus discursos. Isso também ocorre de forma diferente nos indivíduos que apoiam a campanha e nos que a desabonam, uma vez que aqueles parecem possuir um discurso em uníssono dado seu caráter de organização quanto grupo, ao passo que os que estes constituem cadeias mais plurais, dado que, apesar da grande retuitagem, ela se dá perfis menos influentes na rede.

Os resultados também demonstraram que as *hashtags* não funcionam meramente como indexadores da postagem, elas se caracterizaram por ter um importante papel na construção do discurso. Inicialmente, elas formam campos semânticos no quais ocorre a avaliação do movimento #342artes e de seus participantes e das posturas em favor à criação da censura. Além disso elas se mostraram importantes para a inserção de indivíduos e instituições de forma a simultaneamente citar e indexar. Outro ponto que não pode ser deixado de lado é que seu próprio texto é avaliativo da campanha e dos processos artísticos que ela significa.

Tanto as etiquetas quanto a estrutura das postagens se mostraram importantes na compreensão dos processos de engajamento. Foi possível observar um posicionamento binário de aceitação ou não aceitação do discurso da campanha promovida por #242artes. De forma geral, esses lados opostos parecem não estabelecer diálogo ou interação dialógica de forma alguma, o que pode ser evidenciado pela clara polaridade das postagens e das *hashtags* que se colocam como positivas ou negativas exclusivamente. O mesmo corre em relação à interação entre os perfis, as postagens do tipo retuíte estão relacionadas exclusivamente entre indivíduos que possuem uma mesma visão política. Os tuítes realizados por apoiadores da campanha, por exemplo, ignoram os perfis dos opositores, ao passo que estes citam os apoiadores da campanha apenas de forma a realizar acusações diretas. De fato, os resultados mostram que, em ambos, não há espaço real para o estabelecimento de processos heteroglóssicos.

Não obstante haja ainda um grande campo para exploração nas relações discursivas das mídias sociais, este estudo traz contribuições relevantes por mostrar que a análise da linguagem em tais meios necessita de um olhar múltiplo.

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à FAPESP, processo nº 2016/11230-5, pelo apoio financeiro a esta pesquisa.

## REFERÊNCIAS

- BARABÁSI, A.-L. *Linked: the new science of networks*. Cambridge, Mass: Perseus Pub, 2014.
- BARABÁSI, A.-L.; ALBERT, R. Emergence of Scaling in Random Networks. *Science*, v. 286, n. October, p. 509–510, 1999.
- COFFIN, C.; O'HALLORAN, K. The Role of Appraisal and Corpora in Detecting Covert Evaluation. *Functions of Language*, v. 13, n. 1, p. 77–110, 2006.
- GABARDO, M.; LIMA-LOPES, R. E. Ni una menos: ciência das redes e análise de um coletivo feminista. *Humanidades & Inovação*, v. 5, n. 3, p. 45–58, 2018.
- HALLIDAY, M. A. K. *Language as social semiotic: the social interpretation of language and meaning*. Baltimore: University Park Press, 1976.
- HALLIDAY, M. A. K. *An Introduction to Functional Grammar*. 2ª ed. London: Arnold, 1994.
- HALLIDAY, M. A. K.; HASAN, R. *Cohesion in English*. London: Longman, 1976.
- HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C. M. I. M. *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. New York: Routledge, 2014.
- LIMA-LOPES, R. E. Análise de registro e ciência das redes: estudando um grupo de whatsapp dedicado à produção de cerveja artesanal. *Hipertextus Revista Digital*, v. 16, p. 134–161, 2017.
- LIMA-LOPES, R. E.; PIMENTA, I. S. #Mulheresnofutebol: transitividade e avaliatividade na identificação de padrões sexistas. *Humanidades & Inovação*, v. 4, n. 6, p. 116–131, 2017.
- MARTIN, J. R. Meaning matters: a short history of systemic functional linguistics. *Word*, v. 62, n. 1, p. 35–58, jan. 2016.
- MARTIN, J. R.; WHITE, P. R. R. *The Language of Evaluation: The Appraisal Appraisal in English*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2005.
- MERTON, R. K.; LAZARFELD, P. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, L. C. (Ed.). *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: EDUSP, 1978. p. 103–127.
- PAOLILLO, J. C. Network analysis. In: GEORGAKOPOULOU, A.; SPILIOTI, T. (Ed.). *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. London: Routledge, 2015. p. 36–54.

RAMOS, R. de C. G. *Projeção de imagens através de escolhas lingüísticas: um estudo no contexto empresarial*. 1997. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1997.

SCOTT, J. *Social Network Analysis*. London: Sage, 2000.

SINCLAIR, J. *Corpus, Concordance, Collocation*. Oxford: Oxford University Press, 1991.

SIQUEIRA, E. N. N. *Categorizações, conjuntos e audiência no Instagram: Repensando Folksonomias a Partir da Hashtag #favelatour*. 2018. Instituto de Estudos da Linguagem/Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2018.

WATTS, D. J. *Six degrees: the science of a connected age*. 1. ed. New York: Norton, 2003.

WATTS, D. J. The “New” Science of Networks. *Annual Review of Sociology*, v. 30, n. 1, p. 243–270, 2004.

WATTS, D. J.; DODDS, P. S. Influentials, Networks, and Public Opinion Formation. *Journal of Consumer Research*, v. 34, n. December, p. 441–458, 2007.

### **Rodrigo Esteves de Lima-Lopes**

---

Atualmente é professor do Departamento de Linguística Aplicada no IEL/UNICAMP, atuando na área de Linguagens e suas Tecnologias. É também Líder do grupo de pesquisa MiDiTeS (Mídia, Discurso, Tecnologia e Sociedade) e pesquisador da FAPESP. Suas principais áreas de interesse são: Humanidades Digitais, Ciência das Redes, Mídias Sociais e Linguagem, Ensino de Línguas Mediado por Computador, Multimodalidade, Linguística Sistemico-Funcional, Linguística do Corpus e Línguas para Fins Específicos. E-mail: rll307@uncamp.br

*Enviado em 30/08/2018.*

*Aceito em 30/09/2018.*