



Estrutura linguística da *hashtag* #MeuAmigoSecreto: recursos de denúncia ao machismo no Facebook

Ana Luiza Cordeiro¹

RESUMO:

Este artigo pretende analisar a organização linguística dos enunciados vinculados à *hashtag* #MeuAmigoSecreto, visando identificar os elementos empregados para apontar o machismo e assédio sofridos e vivenciados pelas mulheres. Com ancoragem na teoria da Argumentação, recorre-se, entre outros, aos trabalhos de Fiorin (2016), Koch (2011) e Cançado (2005). A partir de uma metodologia netnográfica, foram coletados 49 enunciados, em que se identificou três eixos de contraposição, sendo eles a negação, a oposição e o contexto. Como resultado, observa-se que há uma tendência das enunciantoras em construir organizações sintáticas e semânticas semelhantes entre si, mas atribuídas de vivências e individualidades na denúncia ao assédio.

PALAVRAS-CHAVE:

Hashtag;
Machismo;
Facebook;
Organização linguística.

A autora:

¹ Doutoranda em Tecnologia e Sociedade na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Mestra em Estudos de Linguagens (UTFPR). E-mail: ana.luiza.cordeiro@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8748-3265>

1 Introdução

Este artigo é um desdobramento da dissertação de mestrado intitulada *A ressignificação das hashtags no Facebook: análise da organização das enunciações*, defendida no Programa de Pós-graduação em Estudos de Linguagens, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Visando analisar as escolhas e organizações dos enunciados produzidos e compartilhados na rede social Facebook vinculados à hashtag #MeuAmigoSecreto e publicados entre 24 de novembro de 2015 e 31 de dezembro de 2015, período em que a campanha teve sua atividade mais significativa¹, recorre-se às análises linguísticas, entrelaçando o enfoque à morfossintaxe e a organização dos enunciados. Para tanto, ancora-se na teoria da Argumentação, com aporte em Fiorin (2016), Koch (2001), Cançado (2005) e Perini (2005), logo que enunciar é, invariavelmente, argumentar. Assim, para como aponta Koch (2011), os discursos, para cumprirem sua intenção de produzir sentidos, devem ser organizados de acordo com as normas sintáticas e semânticas.

A circulação da hashtag assumiu a característica de uma campanha visando estimular mulheres vítimas de assédio sexual ou machismo a denunciarem as ocorrências. Assume-se, tanto para este artigo quanto para a compreensão da dimensão da campanha, que as denúncias compreendem qualquer manifestação, individual ou estrutural, baseada na violação de corpos, opressão, exploração ou degradação da mulher por condição de gênero². Sabendo que os enunciados são compostos, em geral, pela apresentação de um comportamento ou ação de cunho machista ou violento, geralmente presenciado pela usuária ou comum no âmbito social, seguido de um elemento que nega, contra-argumenta ou explicita a violência contida na ação, objetiva-se destacar quais recursos linguísticos as autoras empregaram para explicitar temáticas de machismo e violência à mulher.

Dessa forma, aponta-se que pensar crítica e analiticamente sobre os percursos socioculturais é, também, considerar a velocidade com que os saberes se apresentam com a ascensão da internet e do ciberespaço³, logo que nele se expandem, ramificam, amplificam e modificam diversas funções cognitivas humanas, como a memória, a imaginação, a percepção e o raciocínio (LEMOS, 2002; XAVIER, 2013) e

¹ Os dados foram obtidos por meio do Google Trends. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2015-01-01%202015-12-31&geo=BR&q=%23meuamigosecreto>. Acessado em: 10/12/2018

² Para Joan Scott (1985), gênero se refere às implicações sociais e culturais atribuídas aos corpos, a partir das percepções de diferenças sexuais.

³ Ciberespaço pode ser compreendido como um ambiente não físico, de intensas trocas interacionais, sem limitações geográficas ou temporais, baseado em circulação de informação digital, coletiva ou individual, colaborativa (LEMOS, 2005; XAVIER, 2013; CASTELLS, 2003).

que, de modo algum, distanciam-se das linguagens e produções de sentido. Assim, os espaços *on-line*, especificamente a rede social *Facebook*, apresentam uma nova interface que se modela e altera de acordo com os usos e percepções dos indivíduos⁴ que a compõem, promovendo mudanças na forma de estabelecer interações e linguagens.

Portanto, o discurso que emerge no *Facebook* adota as características desse novo entre meio midiático digitalizado, multiforme e polifônico. As conexões são nós densos capazes de alterar realidades dentro e fora da *internet*, mas que não devem ser percebidas como inaugurações da ação individual na esfera coletiva, pois são apenas ferramentas capazes de facilitar a ação. Isso porque as redes digitais⁵ apenas unem motivações pessoais com mais facilidade, fazendo com que o engajamento fragmentado solidifique as ações e resulte em um bem social (SHIRKY, 2010).

O artigo está, então, estruturado de forma a apresentar a organização padrão da *hashtag* #MeuAmigoSecreto, seguido da metodologia de pesquisa e coleta, que conduzirá às análises dos artifícios contrapositivos presentes na *hashtag*. As conceituações sobre cultura, linguagem e tecnologia digital se fazem presentes, sobretudo com base em Hall (2006), Recuero (2016), Shirky (2010), bem como nos aportes teóricos quanto à teoria da Argumentação, recorrendo à Cançado (2005), Koch (2011) e Fiorin (2016), que caminham concomitantes a todo o artigo, com especial ênfase no que tange às análises.

2 Metodologia

O caminho metodológico parte com uma pesquisa etnográfica em ambiente digital, também denominada *netnografia*, que recorre à coleta de dados para análise no meio digital, apreendendo as estruturas do meio, bem como suas peculiaridades e possibilidades (KOZINETS, 2014). Para a obtenção de dados, optou-se pela coleta de postagens da rede de conexões da pesquisadora, com ao menos 1 grau de conexão⁶, entre os dias 24 e 30 de novembro de 2015, mês e ano de lançamento da campanha #MeuAmigoSecreto, que tenham utilizado a *hashtag* #MeuAmigoSecreto. Além disso,

⁴ Para nortear a compreensão dos termos empregados ao longo deste trabalho, toma-se *sujeito* como parte da sociedade, pessoa inserida nas dinâmicas coletivas que podem ou não ter instância pessoal, desde que sejam dependentes ou conduzidas pelo fluxo social. Já *indivíduo* é caracterizado pela manifestação pessoal, pela demarcação da singularidade de cada pessoa em suas ações, assinando e historicizando a realidade.

⁵ Redes digitais podem ser compreendidas como as conexões que ocorrem por meio da internet. Por tanto, redes sociais digitais, como o Facebook ou Twitter, são ferramentas capazes de estabelecer redes digitais.

⁶ Conexões de primeiro grau se referem aos usuários que possuem conexão com o perfil de origem. Ou seja, os “amigos” ou perfis adicionados na rede social.

é critério fundamental que o *post* seja público e esteja vinculado à temática de combate ao assédio e machismo. O período foi delimitado a partir da postagem precursora da campanha, que ocorreu no fim do dia 24 de novembro de 2015. Sabendo do comportamento dinâmico das redes sociais digitais (LEMOS, 2005; XAVIER, 2013), pretendeu-se não estender demasiadamente o período de coleta, logo que a concentração e a disseminação das postagens ocorreram, sobretudo, nos primeiros dias de circulação. Também se atenta para a noção de que é, majoritariamente, nos dias iniciais que se molda e constitui o perfil linguístico das *hashtags*, pois são as primeiras postagens que reforçam ou refutam a estrutura, que vai sendo adaptada e modificada conforme a percepção de sua eficiência comunicativa pelo público.

A fim de não ferir normas e direitos, as postagens utilizadas na pesquisa são públicas e, preservando a identidade das autoras, não são identificados nomes ou fotos dos perfis. Em seguida, é realizada a quantificação dos elementos linguísticos presentes por meio de ferramenta auxiliar *LinguaKit*⁷, que permite a detecção das ocorrências mais constantes e centrais, capazes de apontar a predominância da organização dos enunciados. Nesse caso, a metodologia adota características de cunho quanti e qualitativo, pois não se dedica à mera contagem ou catalogação de dados, mas também à interpretação dos resultados, considerando suas ocorrências e frequências.

3 A *Hashtag* e a campanha #MeuAmigoSecreto

As *hashtags*, que são elementos bastante marcados na cibercultura⁸ atual, assumem então aspectos singulares, próprios da plataforma e da intencionalidade dos usuários e usuárias, operam como indexador de conteúdo e veiculador informacional, atuando na esfera individual, social, subjetiva, marcando o percurso histórico e social das redes sociais devido às atribuições de vivências de integrantes do ciberespaço. A expressividade e expansividade das publicações ocorrem pelo que Shirky (2010) define como uma malha densa em que motivações pessoais e sociais se intensificam e se retroalimentam de modo mútuo na realidade digital, pois há uma somatória de fatores, como a democratização da produção de conteúdos, levando os sujeitos a se sentirem motivados a produzir e a participar das ações sociais que se

⁷ No módulo de Estatística, o *LinguaKit* elabora uma nuvem de palavras, relacionando tamanho a importância e frequência com que cada uma aparece no *corpus* analisado.

⁸ Termo derivado do ciberespaço, a cibercultura, resumidamente, compõe hábitos, comportamentos e significações que se formam a partir das dinâmicas no ambiente digital entre seres humanos e máquinas (LEMOS, 2002; 2005).

desenvolvem no meio *on-line*. O resultado é uma gama de movimentos fragmentados e amadores propulsores de ações cívicas, podendo gerar resultados sociais de grande extensão *on* e *off-line*.

Como sugere Castells (2003, p. 35) a “internet é, acima de tudo, uma criação cultural”, fruto de uma sociedade que busca a conexão no sentido humano, social, pois entre as vantagens e facilidades promovidas pelos novos investimentos e desenvolvimentos tecnológicos está, sobretudo, a aproximação e o estabelecimento de elos sociais (SHIRKY, 2010). Portanto, os indivíduos expressam sua existência e singularidade quando colocam a língua em movimento em um misto delicado e extremamente complexo de coletividade e individualidade. Mais do que esboçar uma realidade, relatar um fato ou expressar um sentimento, a construção e manifestação de enunciados auxilia a compor a memória coletiva que é, também, construída e alterada pela comunidade (HALL, 1997).

A #MeuAmigoSecreto foi utilizada pela primeira vez em um *twitee*⁹, pelo perfil Coletivo NãoMeKhalo, em uma publicação não programada¹⁰ no dia 23 de novembro de 2015 (figura 1).

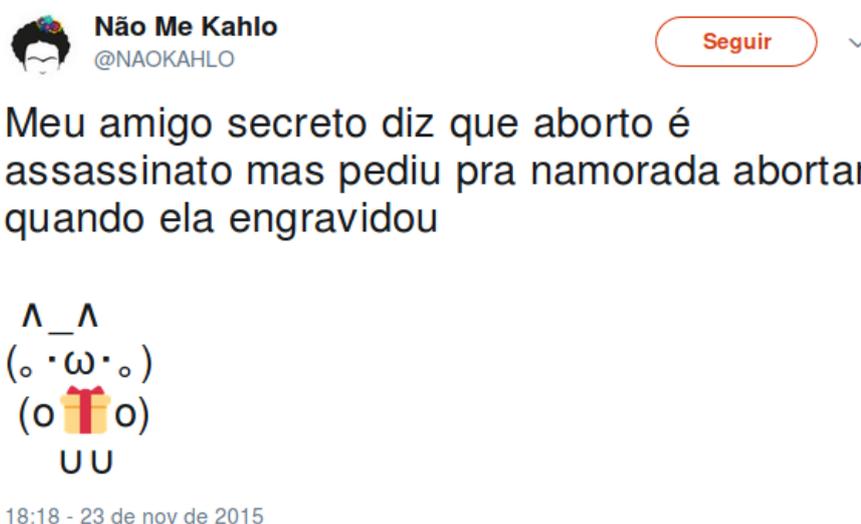


FIGURA 1 — PRIMEIRO TWITEE DA CAMPANHA MAS

FONTE: <https://twitter.com/NAOKAHLO>

Observa-se que há uma construção linear de (1) apresentação do fato/ação, (2) contra argumentação ou apontamento que rompe - ou pretende fazer romper - a

⁹ Usualmente empregada no ambiente digital, o termo *twitee* se refere a cada produção ou publicação feita na plataforma *Twitter*.

¹⁰ Publicação não programada, neste trabalho, é tomada como uma postagem que não foi construída a partir de estudos midiáticos ou de *marketing*, visando o engajamento publicitário ou repercussão na captação de usuárias(os). O próprio coletivo, em seu *blog*, define a publicação como rotineira.

aceitação do que foi exposto como aceitável. Entre esses dois eixos, há elementos de ligação que regem os sentidos. Para Cançado (2005), há uma relação entre o intuito argumentativo e as propriedades sintáticas mobilizadas e preferidas pelos enunciadores e enunciatóricas, em que a “construção da sentença só pode ter a direção da estrutura semântica para a sintaxe” (CANÇADO, 2005, p. 28).

Para Perini (2005), a língua, em seu aspecto sintático, é composta de hierarquias, ou seja, elementos que possuem outros elementos (p. 68), que dispostos na enunciação se relacionam uns com os outros. É, portanto, a hierarquia que se estabelece entre os eixos 1 e 2 que confere o sentido final do enunciado, possibilitando a construção efetiva de uma compreensão do dito e uma construção de mundo.

Inicialmente, deve-se considerar que estratégias de enfrentamento à violência, opressão, injustiça e demais debates sociais encontram na *internet* um espaço propício à disseminação de informações, campanhas e pautas que direcionam movimentos políticos através da intensificação das discussões sobre as temáticas e da inserção de sujeitos distanciados dos coletivos ou movimentos sociais. Aliado à emergência dos debates feministas, no dia 25 de novembro o coletivo NãoMeKhalo lançou a campanha #MeuAmigoSecreto, que visava engajar mulheres vítimas de assédios ou violências a denunciarem e repercutirem as ações que sofreram. Por meio da postagem no *twitter* do coletivo, deu-se início a uma série de relatos protagonizados por diversas mulheres usuárias da rede (Gráfico 1). Relembrando que a *internet* é um constante atravessamento hiperconectado (LEMOS, 2002), a *hashtag* se disseminou pelas outras redes sociais digitais, entre elas o *Facebook*, mantendo a caracterização identitária do conteúdo — tanto estrutural quanto ideológica, ou seja, a semelhança da construção dos enunciados e o intuito de denúncia contra o assédio permaneceram, mesmo as plataformas tendo públicos-alvo, usuários(as) e recursos consideravelmente distintos.

Nesse sentido, a expressividade e expansividade das publicações ocorrem pelo que Shirky (2010) define como uma malha densa em que motivações pessoais e sociais se intensificam e se retroalimentam de modo mútuo na realidade digital, pois há uma somatória de fatores, como a democratização da produção de conteúdos, levando os sujeitos a se sentirem motivados a produzir a participar das ações sociais que se desenvolvem no meio *on-line*. O resultado é uma gama de movimentos fragmentados e amadores propulsores de ações cívicas, podendo gerar resultados sociais de grande extensão *on* e *off-line*¹¹.

¹¹ Sabe-se que ambientes *on-line* e *off-line* podem operar interferências entre si, porém, para este momento, considera-se como *on-line* toda ação e produção gerada no meio digital, visando circulação

Para demonstrar a ascensão do termo #MeuAmigoSecreto, realizou-se buscas na ferramenta *Google Trends*¹² a fim de gerar métricas quanto a sua disseminação, visando estabelecer recortes temporais da pesquisa. Com lançamento no dia 23 de novembro, a *hashtag* teve um rápido crescimento.

Porém, a permanência dos assuntos e temáticas levantados nas redes sociais digitais assume as características da própria rede de internet, que tende a ser mais efêmera e imediata, inclusive pela vasta quantidade de conteúdo ofertado (XAVIER, 2013). Destarte, como se observa no gráfico 1, a #MeuAmigoSecreto tem uma rápida queda nos dias posteriores, contabilizando uma diminuição considerável no dia 28 de novembro.



Gráfico 1 — Publicações da campanha #MeuAmigoSecreto

Fonte: Google Trends

A partir de uma visualização mais ampliada da campanha, também se demonstra a atividade na rede entre os dias 24 de novembro de 2015 e 31 de dezembro de 2015, período em que a campanha teve sua atividade mais significativa, sendo, portanto, esse o espaço temporal de coletas.

3. Negação, oposição e outros recursos de sentido

Seguindo a estrutura e o objetivo da campanha, os enunciados atrelados à *hashtag* #MeuAmigoSecreto contêm relatos ou apontamentos que relatam os machismos e assédios. Dessa forma, vinculada à apresentação dessas construções, há elementos que visam contrapor ou, ao menos, marcar a inadequação do que foi apresentado devido à carga machista ou sexista, que são chamados, neste trabalho, de **elementos de quebra** e funcionam como o redirecionamento que a locutora

e feitos nele mesmo. Da mesma forma, conceitua-se *off-line* como ações e produções que independem ou não operam nos espaços digitais.

¹² <https://trends.google.com.br>.

emprega a fim de conduzir o público interlocutor à negação da ação previamente apresentada. Desta forma, elas podem ser designadas por conjunções separadas em **oposição, negação e contexto**.

Oposição: para opor o relato do enunciado e categorizá-lo como oposição, a enunciadora precisa apresentar elementos sintáticos — sobretudo os conectores conjuntivos — que encaminhem a compreensão de oposição, entre eles o *mas*, *porém*, *porque* (advérbio de justificativa), *contudo*. Também podem aparecer elemento conectivos, como o “*e*” e o “*porque*”, em que esses termos desempenham um sentido de contra coesão, fazendo com que as sentenças não possam ser admitidas como condizentes ou concomitantes.

Negação: para ocorrer a negação, é necessário que a locutora insira elementos de negação enfáticos, como *não*. Nesse caso, as justificativas podem não se apresentar depois, logo que depois de quebrar a linearidade de aceitação do interlocutor, não se faz necessariamente obrigatório justificar, cabendo à negação o elemento capaz de apontar a invalidez da ação do #MeuAmigoSecreto.

Contexto: nesta categoria, os enunciados apresentam poucas marcas linguísticas independentes do contexto. Assim, faz-se preciso associar a análise e o conhecimento antecedente dos aspectos sociais da campanha para traçar o encaminhamento de sentido pretendido pela locutora. Mas se ressalta que os elementos e marcas linguísticas estão presentes e atuantes na condução do interlocutor, sendo apenas necessário compreendê-las numa esfera mais discursiva e atravessada pela ação enunciativa e argumentativa.

Para o presente trabalho, então, assume-se que os aspectos gramaticais desempenham um papel fundamental na compreensão da organização argumentativa das usuárias, em que a análise partirá da observação e quantificação dos elementos gramaticais dos dados, que levam à produção de sentido dos argumentos, que têm o objetivo “de orientar o discurso no sentido de determinadas conclusões, [o que] constitui o ato linguístico fundamental” (KOCH, 2011, p. 17). Desta forma, como aponta Cançado (2005), analisar um todo ou um fragmento comunicacional deve englobar os aspectos semântico e sintático, pois eles tecem concomitantes o encaminhamento compreensivo e atributivo de sentido.

Diante do que foi exposto até o momento, os argumentos dos enunciados coletados serão analisados a partir da organização central observada: *elementos de oposição, elementos de negação e dados pelo contexto*.

Destaca-se que cada enunciado pode apresentar mais que um elemento sintático de força argumentativa, mas serão classificados e percorridos de acordo com a força ou centralidade presente.

Negação e oposição

Entre os elementos morfossintáticos que se destacam nas análises feitos pelo *LinguaKit*, encontram-se o “mas” e o “não”, que desempenham um papel imprescindível na condução da interpretação pelo interlocutor. No total, dos 49 enunciados, 3 apresentam elementos de negação, 19 têm elementos de oposição e 8 enunciados apresentam ambos os recursos de oposição e negação.

Assim que o discurso primeiro — ou ação a ser compreendida como negativa — é apresentada no enunciado, o elemento **negação** ou **oposição** é encadeado, procurando romper a aceitação do leitor ou leitora. No contexto semântico, ambas as expressões trabalham com a ruptura do sequenciamento argumentativo, expondo a inversão (e aversão) à ação ou fato citado, mas ainda que possam encaminhar à mesma compreensão e conclusão, empregam recursos que demandam esforços e complementos argumentativos distintos.

Os 3 enunciados que apresentaram marcas explícitas de negação estão destacados abaixo, para exemplificação:

1) *#meuamigosecreto mandava muitas coisas gordofobicas, racistas e LGBTfobicas no grupo do whatsapp EVERYFUCKINGDAY. Aí no dia que eu passei um esporro no macho branco hetero e cis, ele me tirou pra loque, alguns me chamaram de violenta e disseram que eu não sei argumentar. A piada intolerante do cara e eu que sou violenta. **Tenho obrigação de amaciar ego ferido de omi nao fera***

2) *“#meuamigosecreto diz que mulher que não transa com o marido pelo menos 2 ou 3 vezes por semana, não está cumprindo com a sua obrigação e que se não tem em casa vai buscar fora. Mas meu amigo secreto esqueceu, que ela **não** é obrigada!”*

3) *#meuamigosecreto acha que lutar pelo direito ao voto, a um salário equivalente, a não sofrer com violência doméstica nem assédio nas ruas ou ambiente de trabalho é frescura. E **está errado**.*

Ressalta-se novamente que a categorização principal por elemento de negação não impede o aparecimento de termos de contraposição, como o “mas”, observado no enunciado 3. No entanto, esses casos apresentam força de negação direta, em que o principal elemento de “quebra” não está na contraposição.

Observa-se que há enunciados em que a centralidade da contraposição pode ser conferida ao elemento de oposição, como são os enunciados a seguir:

1) *“#meuamigosecreto adora pagar de bonzão nas redes sociais, exibir os filhos por aí e postar fotos com eles, **mas** na hora do vamos ver **não** comparece nem com 3 reais pra comprar o biscoito das crianças.”*

Em (1), a presença do elemento **mas** indica ao interlocutor que, sequencialmente, haverá uma oposição da informação. No entanto, a enunciativa ainda emprega o elemento de negação *não*, que atua articuladamente para enfatizar a contradição do #MeuAmigoSecreto. Portanto, caso haja um apagamento do termo de oposição, não se perde o sentido ou a possibilidade argumentativa, pois mantém-se a contradição das sentenças.

Outros enunciados carregam apenas marcas de contraposição, por exemplo:

2) #meuamigosecreto pega todas e morre de orgulho, **mas** acha que mulher que pega todos é vagabunda. ʌ(˘)ʌ

3) #meuamigosecreto tem nojo de casal homossexual masculino **mas** hipersexualiza casal lésbico.

4) #Meuamigosecreto é o típico esquerdomacho que prega amor livre **mas** só se relaciona com mina padrão. Se você questiona seus "gostos" diz que não se pode controlar o coração.

Em geral, nestes casos, há uma incoerência que deve ser dada ou atribuída pelo contexto e demarcada e reforçada pelo elemento linguístico *mas*. Para isso, o público interlocutor precisa compreender o sentido contido em alguns termos que conferem sentidos ao todo, como exemplo “mina padrão”, pois, nesse caso, apesar de não haver, necessariamente, uma relação direta entre o relacionamento aberto e os aspectos estéticos, a sentença "mas só se relaciona com mina padrão" faz com que o interlocutor seja conduzido a estabelecer uma conexão de oposição entre a primeira sentença “prega amor livre”.

Dados pelo contexto

A partir da noção de que todo enunciado é argumentativo (KOCH, 2011; FIORIN, 2016), que se manifesta visando a cooptação, convencimento ou cativação do interlocutor, é necessário retomar a intenções organizativas da língua pela enunciativa ou enunciativo. Assim, a mobilização da língua pelo falante ocorre diante do conhecimento do funcionamento das regras sintáticas e dos empregos semânticos, fazendo com que as formas de dispor os elementos visem uma condução efetiva de sentido.

Alguns enunciados demonstram características linguísticas que não estão em conformidade com os elementos de negação ou oposição. Assim, é o recurso ao contexto, a força implícita, que mais se destaca no enunciado, fazendo com que interlocutores precisem articular conhecimentos externos à língua, como os valores estabelecidos socialmente, para compor a interpretação. Retomando a noção de que

a enunciadora ou enunciador articula o enunciado da melhor maneira para conduzir o público ao sentido pretendido, há marcações, ou pistas, que atuam como condutores interpretativos, recorrendo à noção de cooperação do interlocutor, ou seja, do conhecimento compartilhado (GRICE, 1986). Desta forma, em um universo de 49 enunciados, 18 deles recorrerem a uma refutação não explícita aponta que cerca de 40% das enunciatórias acreditam que o público compartilha conhecimentos e vivências capazes de atribuir o mesmo sentido pretendido da enunciação, pois há a necessidade do público interlocutor cooperar na construção e condução dos sentidos, mantendo a temática e trocando informações relevantes para haver efetividade na comunicação (GRICE, 1986).

Sabendo que o contexto também é definido com base em recortes e temporalidades, há, então, dois eixos possíveis para fundamentar a percepção de compartilhamento contextual, que são o intuito da campanha #MeuAmigoSecreto (denunciar a violência à mulher), situado inicialmente na esfera da web, e a violência e o machismo que antecedem os espaços *online* e, desta forma, inscrevem-se na historicidade social. Assim, a realidade pretendida pela enunciatória é tomada como evidente por si mesma, seja porque o histórico da campanha é fundado no objetivo de denúncias ao assédio, seja porque a situação relatava faz referência a quem lê. Por exemplo:

- 1) *#meuamigosecreto nao paga a pensão porque diz que a mãe da criança vai gastar a fortuna que é R\$300 em coisas desnecessárias.*
- 2) *#meuamigosecreto quer que a mulher faça cesárea pra não danificar o "playground".*

Ainda que seja possível apontar elementos que constituem um enredo de contraposição às informações, não há marcações linguísticas explícitas que, sozinhas, sejam capazes de negar ou refutar a ação denunciada, logo que ela entrelaça construções de sentido emergentes das dinâmicas sociais. Destarte, é preciso que interlocutores(as) compartilhem da mesma atribuição de sentido que a enunciatória para a correta apreensão e interpretação.

4 Breves considerações sobre os efeitos de sentido

O presente artigo partiu de publicações vinculadas à hashtag #MeuAmigoSecreto, considerando o período de maior publicação na rede social *Facebook*. A partir de um olhar linguístico às estruturas morfossintáticas apresentadas pelas enunciatórias, visou-se analisar os recursos empregados para a construção dos sentidos. Observou-se que os enunciados tendem a não se afastar da formulação primeira, produzida pelo *twitee* do coletivo NãoMeKhalo (figura 1) e corroboram com as noções de que

há indicativos de funcionalidade percebidos pelo público que, doravante, torna-se produtor do conteúdo. Assim, ainda que se possam constatar diferenças nas construções linguísticas e conteúdos que suportam os enunciados vinculados a #MeuAmigoSecreto, observa-se a manutenção ou repetição de escolhas, mesmo que não sabidas ou não intencionais. Nesse sentido, pode-se considerar que as enunciantoras se apropriam de uma estrutura previamente formulada e empregam elementos – sejam palavras, expressões ou disposição das palavras – capazes de conferir o melhor sentido pretendido.

Observa-se que há predominância dos elementos que geram oposição aos atos ou fatos da denúncia/relato, havendo menos ocorrências de negações. Desta maneira, nota-se o emprego recorrente de elementos de oposição, sobretudo utilizando o termo *mas*, que carecem de complementos capazes de gerar conflitos entre as sentenças, não apenas negando o que foi apresentado. Também é interessante evidenciar o uso frequente de táticas argumentativas que recorrem ao contexto, o que pode ser um indicativo de que as enunciantoras subentendem que as violências e assédios relatados são uma realidade comum ou, ao menos, sabida pelas demais interlocutoras. Retomando os resultados, 18 enunciados se valeram de um sentido determinado por valores externos, sem marcação linguística explícita de negação ou oposição.

Atualizar o enunciado, não é, portanto, uma mera colocação da língua em uso, mas uma atribuição contínua de sentidos que se registram na memória digital e refletem num apontamento social, trazendo à rede digital e à campanha não apenas suas denúncias, mas também suas visões de mundo. Assim, as enunciantoras mantêm elementos linguísticos e formas de organizar o enunciado semelhantes aos propulsores da campanha, mas articulam suas vivências e percepções em escolhas lexicais e semânticas, visando construir sentidos e percepções que, vinculados à *hashtag*, endossam a campanha de denúncia ao assédio e combate ao machismo, densificando a ação de modo que se estabelecem elos capazes de gerar impactos sociais.

Referências

- CANÇADO, Márcia. Posições argumentais e propriedades semânticas. **DELTA**, São Paulo, v.21, n.1, p 23-56, 2005.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- FIORIN, José. Luis. **Argumentação**. São Paulo: Contexto, 2016.
- GRICE, H. P. Lógica e conversação. In: DASCAL, M. (org.) **Fundamentos metodológicos da Linguística**. Tradução de João Wanderley Geraldi. Campinas, Unicamp. São Paulo: Global, 1982.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- KOCH, Ingedore G. V. **Argumentação e Linguagem**. 13ª ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 7ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LEMOS, André. Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão. In: **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>. Acessado em 30 de janeiro de 2019.
- PERINI, Mário A. **A gramática descritiva do português**. São Paulo: Ática, 2005.
- RECUERO, R.; ZAGO, G.; BASTOS, M.T. O Discurso dos #ProtestosBR: Análise de Conteúdo do Twitter. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 28, p. 199-216, dez. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gal/v14n28/v14n28a17.pdf>. Acessado em 15 de janeiro de 2019.
- SCOTT, Joan. Gender: a useful category of historical analyses. **Gender and the politics of history**. New York, Columbia University Press, 1989.
- SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- XAVIER, Antônio Carlos. **A era do hipertexto: linguagem e tecnologia**. Recife: Pipa Comunicação, 2013.



The linguistic structure of the *hashtag* #MeuAmigoSecreto: resources of machismo reporting on Facebook

ABSTRACT:

This article intends to analyze the linguistic organization of the statements attached to the hashtag #MeuAmigoSecreto, aiming to identify the applied elements to point the machismo and harassment suffered and lived by women. Anchored in theory of argumentation, the research resorts, among others, in the work of Fiorin (2016), Koch (2011) and Cançado (2005). From a netnographic methodology, 49 statements were collected, where three counterbalance axes were identified, being them the negation, opposition and context. As a result, it was observed that there is a tendency of the speakers in building syntactic and semantic structural organizations similar to each other, but assigned of experiences and individualities in the harassment report.

KEYWORDS:

Hashtag.
Machismo.
Facebook.
linguistic organization.