

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
FACULDADE DE LETRAS



**TWITTER E FOLKSONOMIA: o engajamento  
dos utilizadores a partir da *tag*  
*#meuprimeiroassedio***

HELENA ALENCOR DA SILVA

Dissertação orientada pelo Prof. Doutor Jorge Manuel Rias  
Revez, especialmente elaborada para a obtenção do grau de  
Mestre em Ciências da Documentação e Informação

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
FACULDADE DE LETRAS



**TWITTER E FOLKSONOMIA: o engajamento  
dos utilizadores a partir da *tag*  
*#meuprimeiroassedio***

HELENA ALENCOR DA SILVA

Dissertação orientada pelo Prof. Doutor Jorge Manuel Rias  
Revez, especialmente elaborada para a obtenção do grau de  
Mestre em Ciências da Documentação e Informação

## **FICHA TÉCNICA**

Twitter e folksonomia: o engajamento dos utilizadores a partir da *tag* #meuprimeiroassedio. Helena Alencor da Silva; orientada pelo Prof. Doutor Jorge Manuel Rias Revez. Faculdade de Letras de Lisboa: Lisboa, 2021. Trabalho para obtenção do Grau de Mestre em Ciências da Documentação e Informação.

## RESUMO

A presente dissertação busca analisar como ocorre o uso da Folksonomia no ambiente *online*, com foco nas plataformas de relacionamento, as redes sociais. Para cumprir esse objetivo, foi mapeado o uso da *hashtag* #meuprimeiroassedio na plataforma digital Twitter. Com isso, busca-se entender como uma *tag* pode ser usada, não apenas como um meio de recuperar informação, mas também como um movimento social, uma forma de expressão ou de comunicação. Na pesquisa, foram analisados também os impactos das redes sociais nas maneiras como as pessoas se engajam em movimentos sociais e levantam debates sobre problemas da sociedade. Assim, procurou-se entender como a Folksonomia está presente nesse contexto. Os resultados revelam que as mulheres são as utilizadoras que mais se engajaram com o movimento, principalmente de forma positiva, em apoio e suporte as vítimas de assédio. A pesquisa também mostra que o engajamento positivo supera em grande diferença o engajamento negativo, revelando assim que as pessoas podem se conectar através das mídias sociais e dar suporte umas as outras pela da partilha de experiências e afinidades.

## PALAVRAS-CHAVE

Folksonomia; Rede social; Twitter; *Hashtag*; Engajamento social.

## **ABSTRACT**

This dissertation seeks to analyze how the use of folksonomy occurs in the online environment, focusing on relationship platforms, social networks. To fulfill this objective, the use of the hashtag #meuprimeiroassedio was mapped on the digital platform Twitter. With this, we seek to understand how a tag can be used, not only as a means of retrieving information, but also as a social movement, a form of expression or communication. In the research, the impacts of social networks on the ways in which people engage in social movements and raise debates about society's problems were also analyzed. Thus, we tried to understand how folksonomy is present in this context. The results show that women are the users who most engaged with the movement, mainly positively, in support for victims of harassment. The research also shows that positive engagement far outweighs negative engagement, thus revealing that people can connect through social media and support each other by sharing experiences and affinities.

## **KEYWORDS**

Folksonomy; Social media; Twitter; Hashtag; Social engagement.

## **DEDICATÓRIA**

Dedico primeiramente aos meus pais, os dois alicerces da minha vida, a quem sempre recorro buscando forças e conselhos. Dedico ao meu irmão, a quem sempre me preocupo em fazer o meu melhor para ser um bom exemplo. Dedico também a todas as mulheres que fazem ciências, sejam elas mães, trabalhadoras, avós, filhas, pois o caminho nunca é fácil.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todas as mulheres que vieram antes de mim e conquistaram o lugar de fala da mulher no meio acadêmico.

## SUMÁRIO

RESUMO.....	i
ABSTRACT.....	ii
DEDICATÓRIA.....	iii
AGRADECIMENTOS.....	iv
SUMÁRIO.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vii
ÍNDICE DE TABELAS.....	viii
INTRODUÇÃO.....	1
1. ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO NA WEB.....	9
1.1 Folksonomia: ferramenta de organização da informação na Web.....	14
1.2 Redes sociais.....	20
1.2.1 O feminismo nas redes sociais.....	22
1.2.2 O uso de hashtags para engajamentos sociais.....	29
2. METODOLOGIA.....	33
3. ANÁLISE DOS DADOS.....	37
3.1. O contexto do assédio no Brasil.....	37
3.2 O contexto do uso das redes sociais no Brasil.....	41
3.3. Recolha dos dados da <i>hashtag</i> #meuprimeiroassedio.....	43
CONCLUSÃO.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – <i>Tagging</i> .....	30
Figura 2 – Evolução das taxas de homicídios de mulheres de 2003 a 2013 (por 100 mil) .....	39
Figura 3 – Evolução das taxas de homicídio de mulheres brancas e negras (por 100 mil) .....	39
Figura 4 – Tuítes <i>#meuprimeiroassedio</i> - Taxa de homicídio de mulheres no Brasil em relação a outros países.....	40
Figura 5 – Tuíte categoria Depoimento.....	46
Figura 6 – Tuíte categoria Crítica Positiva.....	46
Figura 7 – Tuíte categoria Informação Positiva.....	47
Figura 8 – Tuíte categoria Informação Negativa.....	47
Figura 9 – Tuíte categoria Crítica Negativa.....	48
Figura 10 – Tuíte categoria Ironia.....	48

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – O uso da Internet: comparação entre os anos de 2015 e 2020 (em milhões)	42
Gráfico 2 – Nível de engajamento com a <i>hashtag</i> de acordo com o tipo de utilizador (em %)	51
Gráfico 3 – Regularidade do engajamento com a <i>hashtag</i>	52
Gráfico 4 – Categorias “Positivas” por tipo de utilizador (em %)	53
Gráfico 5 – Categorias “Negativas” por tipo de utilizador (em %)	54
Gráfico 6 – Categorias D, CP e IP por tipo de utilizador (em %)	55
Gráfico 7 – Categorias CN e Ir por tipo de utilizador (em %)	56

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Categorização dos tuítes <i>#meuprimeiroassedio</i> .....	45
Tabela 2 – Tuítes <i>#meuprimeiroassedio</i> - Dados de outubro de 2015.....	46
Tabela 3 – Tuítes <i>#meuprimeiroassedio</i> - Dados de novembro de 2015.....	47
Tabela 4 – Tuítes <i>#meuprimeiroassedio</i> - Dados de dezembro de 2015.....	47
Tabela 5 – Tuítes <i>#meuprimeiroassedio</i> - Total dos dados de outubro, novembro e dezembro de 2015.....	48

## INTRODUÇÃO

De acordo com Castells (2002), a sociedade já se encontra, há algumas décadas, em uma era marcada pela importância da informação e do seu fluxo. Essa valorização da informação começou com a informatização, na década de 70 do século XX, mas é apenas, no início do século XXI, que se inicia a nova fase da sociedade da informação, com a difusão massiva do acesso à Internet, com a computação sem fios e com o acesso à rede de forma ubíqua, através de celulares e de outros dispositivos conectados à Internet. Esse modo facilitado de acesso à rede ocasionou mudanças na vivência do espaço urbano e transformações na maneira de produzir, buscar e consumir informação na sociedade (Lemos, 2018). A ampliação de formas de conexão entre homens e máquinas faz com que a rede se transforme em um ambiente generalizado de conexão, que envolve o utilizador em plena mobilidade.

As novas “tecnologias emergentes estão mudando o nosso comportamento, o modo como nos relacionamos, comunicamos e a forma como utilizamos a rede” (Costa, Menezes, 2016, p. 333). O surgimento da Internet se deu durante o período conhecido como Guerra Fria (1947-1991), marcado por uma corrida tecnológica entre as grandes potências da época, a antiga União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) e os Estados Unidos da América (EUA). Pelas palavras de Castells (2002, p. 82), a Internet foi fruto de “uma fusão singular de estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural”.

Rosa (2012, p. 103) destaca a importância do movimento cibernético, iniciado por Norbert Wiener, Warren McCulloch, Joseph Licklider e Paul Baran a partir dos estudos de Wiener sobre a teoria da informação cruzada com a comunicação e com o uso das máquinas, o que inspirou Licklider a ver os computadores não apenas como meras calculadoras, mas também como máquinas interativas. Foi então um “grupo de investigadores da agência de investigação norte-americana ARPA, inicialmente agrupados em torno de Licklider, e depois dirigidos por Charles Taylor, que, em 1969, implementou a primeira rede de computadores, a ARPANET” (Rosa, 2012, p. 107).

Podemos então dizer que a Internet foi criada como uma forma de otimizar a comunicação entre bases do exército norte-americano, sem sofrer interferência de ataques nucleares. Além disso, ainda que algum computador fosse atacado, a rede não

cairia, já que ela suporta vários dispositivos conectados. A rede poderia servir não só para o envio de pequenas mensagens, mas também para o envio de documentos e o compartilhamento de grandes apanhados de informação. Entretanto, foi apenas nos anos 1990 que a Internet foi colocada em uso público – de forma privada, claro, mas também pública, uma vez que o acesso a essa tecnologia não ficaria restrito ao uso com fins militares.

Em 1980, Tim Berners-Lee iniciou seus estudos sobre a rede. Em 1989, com um computador da NeXTcube, Lee escreveu o primeiro servidor da *World Wide Web* e, em outubro de 1990, o primeiro programa cliente (um navegador e editor), “*WorldWideWeb*”. Lee também escreveu a primeira versão do *Hypertext Markup Language* (HTML), a linguagem de formatação de documentos com capacidade para *links* de hipertexto, que se tornou o principal formato de publicação para a Web. Além disso, Lee desenvolveu o *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP), que é o principal protocolo de comunicação entre computadores usado na Internet, baseado num sistema de *request-response*. O seu projeto se diferenciava dos anteriores, pois propunha um sistema baseado em uma hiperligação unilateral, e não em ligações bidirecionais.

A Web pode ser definida como um sistema de documentos dispostos na Internet, que permite o acesso a informações, as quais são apresentadas no formato de hipertexto; para acessar essas informações, basta utilizar um programa de navegador. A Web pode ser conceituada ainda como um ambiente em que os:

[...] documentos na Web não precisam existir como arquivos; eles podem ser documentos “virtuais” gerados por um servidor em resposta a uma consulta ou a um nome de documento. Eles podem, portanto, representar visualizações de bancos de dados ou instantâneos de alteração de dados (como previsões do tempo, informações financeiras, etc.) (Berners-Lee, Cailliau, Groff, Pollemann, 1992, p. 52).

Em outubro de 1994, Tim Berners-Lee fundou o *World Wide Web Consortium* (W3C), definido como uma “comunidade internacional onde as organizações membros, equipe e o público trabalham juntos para desenvolver padrões da Web” (W3C, 2020c). Para esclarecer os conceitos de Internet e de Web, podemos definir a Internet como um sistema de computadores a nível global, os quais estão interconectados e trocam dados através do TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*), um protocolo de rede para a comunicação entre dispositivos conectados à Internet. Já a Web pode ser

definida como o ambiente de informação em que os recursos são identificados com *Uniform Resource Identifiers* (URI); ou seja, a Web é um espaço de informação.

O W3C destaca três objetivos importantes da Web: a) ser um espaço para todos, no qual o valor social permita a comunicação humana, o comércio e as oportunidades de compartilhar conhecimentos, disponibilizando esses benefícios a todas as pessoas; b) ser uma ferramenta de comunicação que permita a qualquer pessoa, em qualquer lugar, compartilhar informações – nos seus muitos anos, a Web foi identificada como uma ferramenta de “somente leitura” para muitos, mas os *blogs* e os *wikis* (*websites* nos quais os utilizadores modificam colaborativamente conteúdos) trouxeram mais autores para a Web, e, depois, as redes sociais surgiram do florescente mercado de conteúdo e de experiências personalizadas na Web; e, por último, c) aproximar as pessoas, pois a Web transformou a maneira como nos comunicamos e, assim, a natureza das relações sociais.

Uma característica importante da Internet é o hipertexto, o qual revolucionou o modo como a informação se apresenta nos ambientes digitais. A forma de leitura de suportes físicos é predominantemente linear, mas os hipertextos privilegiam uma leitura não linear, por oferecer a possibilidade de *linkar* (conectar) informações, páginas, imagens e vídeos em tempo real. O hipertexto pode ser definido como um “aglutinado a outros textos no ciberespaço, que permite a formação de várias sequências a serem escolhidas e interpretadas na opção que o leitor vier a eleger” (Nunes, Lima, 2018, p. 73). As páginas da Internet são todas compostas de hipertextos, “uma ferramenta de narrativa e linguagem digital que interliga em uma mesma rede diferentes blocos de conteúdo” (Monteiro, Lopes, Rodrigues, 2017, p. 4).

Em 2004, durante uma conferência entre a O’Reilly e a MediaLive International, Tim O’Reilly observou que, ao contrário do que alguns pensavam sobre a Web ter “travado”, na realidade, ela estava passando por uma virada; nessa ocasião, ele cunhou o termo *Web 2.0* (Bressan, 2008, p. 2). A *Web 1.0*, antecessora da *Web 2.0*, seria então entendida como aquela do início dos anos 1990, em que a interação entre os utilizadores da rede ainda era um fator secundário. A *Web 2.0* é aquela na qual ainda vivemos hoje. Nela, o ambiente virtual é repleto de redes de colaboração; o conhecimento e a criação de informação são interativos e partilhados; os utilizadores criam seu conteúdo e

compartilham-no; outros utilizadores fazem uso dele, editam-no, recriam-no. Assim, a Web atual é marcada por seu engajamento social e por um forte senso de colaboração.

Nesse contexto, quanto mais utilizadores houver, melhor o serviço fica; ou, nas palavras de O'Reilly (2005), “o serviço fica melhor automaticamente quanto mais pessoas o usam”. Para exemplificar, o autor utiliza o exemplo do *BitTorrent*, serviço que possui uma arquitetura de participação e cooperação, apesar de ser um tipo de pirataria<sup>1</sup>, cada utilizador traz seu recurso de dados. Isso possibilita o *download* de terceiros, e, desse modo, os próprios consumidores são também os servidores de dados.

Na *Web 2.0*, há grande interação entre utilizadores, que passam a ser criadores e gestores de conteúdo. Um exemplo disso é a *Wikipedia*, que faz uso da inteligência coletiva para criar uma grande enciclopédia *online*, construída pelos próprios utilizadores da Web, algo que mudou a dinâmica de criação de conteúdo *online*. O'Reilly (2005) também cita duas empresas, a Delicious e o Flickr, que colocaram em uso as *tags*, conceito advindo da folksonomia, “um estilo de categorização colaborativa de *sites* usando palavras-chave escolhidas, geralmente chamadas de *tags*” (O'Reilly, 2005). Essa etiquetagem permite associações múltiplas e sobrepostas, que o próprio cérebro usa, em vez de categorias rígidas. Por exemplo, a foto de um filhote no Flickr pode ser marcada como “filhote” e “fofo” – o que permite que o utilizador recupere a informação a partir desses diferentes termos.

Também é importante pontuar a atual relevância, para tomadas de decisões, do monitoramento e do posterior uso dos dados coletados dos utilizadores. A habilidade de gerenciar bancos de dados é uma competência central da *Web 2.0*. O monitoramento em tempo real do comportamento do utilizador – para se observar apenas quais novos recursos são usados e como são usados – torna-se, portanto, outra competência essencial. Um dos efeitos mais relevantes da *Web 2.0* foi o advento das redes sociais, uma evolução dos *blogs*, que permitiu que conexões entre utilizadores surgissem ou se tornassem mais enraizadas.

Além do conceito de *Web 2.0*, também podemos observar na literatura o termo *Web Semântica*, que foi apresentado pela primeira vez em 2001 por Tim Berners-Lee, juntamente com James Hendler e Ora Lassila, em um artigo, publicado na revista *Scientific American*, intitulado “*The Semantic Web: A New Form of Web Content That*

<sup>1</sup>Pirataria: ato de produzir ou utilizar cópias ilícitas de material protegido por copyright.

*is Meaningful to Computers Will Unleash a Revolution of New Possibilities*". A pesquisa foi instigada pela preocupação quanto ao rápido crescimento da informação dispersa na Web.

Os pesquisadores destacam que a *Web Semântica* não seria separada, mas sim uma extensão da Web que temos atualmente. Nesse contexto, as informações receberiam um significado, permitindo que os computadores e as pessoas trabalhassem em cooperação (Berners-Lee, Hendler, Lassila, 2001, p. 2).

O intuito da *Web Semântica*, algumas vezes também chamada de *Web 3.0*, é atribuir um significado à informação na Internet, de maneira que a busca por informações isoladas, utilizando-se palavras-chave, não seja mais necessária, pois a Web poderá estruturar uma resposta elaborada a partir de relações semânticas. Esse termo pode confundir-se com "Inteligência Artificial", mas não se trata disso. A *Web Semântica* é um sistema de etiquetagem que atribui significados que possam ser lidos por máquinas e possuam significação para as pessoas: "A *Web Semântica* permitirá que as máquinas compreendam documentos e dados semânticos, não a fala e os escritos humanos" (Berners-Lee, Hendler e Lassila, 2001, p. 3).

Para solucionar problemas de coerência na linguagem, os autores Berners-Lee, Hendler e Lassila (2001, p. 3) sugerem o uso de ontologias, que, na área da Ciência da Informação e da Computação, dizem respeito às relações entre termos e conceitos, como uma forma de definir classes de objetos e suas relações, além de classes, subclasses e relações entre entidades.

É importante salientar as duas tecnologias para o desenvolvimento da *Web Semântica* já existentes: o XML (*eXtensible Markup Language*) e o RDF (*Resource Description Framework*). Essas tecnologias permitem que todos criem suas próprias *tags* – rótulos ocultos que fazem anotações em páginas da Web.

A *Web Semântica* não é apenas uma ferramenta para realizar tarefas individuais, mas, se devidamente projetada, ela também terá capacidade de auxiliar na evolução do conhecimento humano como um todo. O grande desafio é o processo essencial de união das subculturas, devido à necessidade de uma linguagem comum e mais ampla:

[...] práticas colaborativas de organização da informação na Web são assim incentivadas, fazendo com que as pessoas contribuam para a formação de uma inteligência coletiva, uma

tendência de representar a informação através da livre expressão e do entendimento dos usuários da Web a respeito de determinado conteúdo (Corrêa, Santos, 2014, p. 1095).

O ambiente é parte da construção cultural e intelectual de uma população. De acordo com Sahr (2008), esses avanços tecnológicos e a conexão de rede mudam a vivência das pessoas na sociedade, o que impacta na vida de todos. É nesse contexto que se encontram as técnicas de análise e de tratamento da informação, bem como de organização da informação como um todo. Nesse cenário, esta pesquisa buscou observar de que forma acontece o engajamento dos utilizadores com relação a conteúdos de uma plataforma específica, a mídia social Twitter. Este estudo, que partiu da análise dos usos da *hashtag* #meuprimemiroassedio, buscou, então, observar a complexidade do uso da folksonomia e a importância da organização da informação em ambientes virtuais.

O termo folksonomia foi utilizado pela primeira vez, em 2004, por Thomas Vander Wal, especialista em arquitetura da informação. O termo deriva de “*folk*” (do germânico, “povo”) e de “*taxonomy*” (do grego, “ciência ou técnica de classificação”) (Corrêa, Santos, 2018, p. 9). A folksonomia é a classificação realizada dentro do ambiente virtual em que a etiquetagem dos assuntos é livre e pessoal, de modo que esse processo de dar etiquetas aos conteúdos faz estabelecer uma interação do utilizador com o sistema e com os *sites*, sendo uma forma participativa para a modificação do espaço virtual pelos próprios utilizadores (Siqueira, 2020). Ao longo do trabalho o termo folksonomia será tratado com mais detalhes.

O trabalho foi estruturado em quatro capítulos com subseções. O primeiro capítulo chama-se “Organização da Informação na Web”, nessa parte tratou-se de definir o que é o ato de organizar informação, qual a sua importância e origem, e como isso se dá no ambiente online. A seguir, a subseção “Folksonomia: ferramenta de organização da informação na Web”, na qual encontra-se definições do termo folksonomia, sua origem e como ela ocorre no ambiente digital. Na subseção “Redes sociais”, apresenta-se conceitos de redes sociais, sua origem e qual a definição é utilizada na pesquisa. A seguir em “O feminismo nas redes sociais”, é explorado o conceito de feminismo, seu surgimento e transformações ao longo da história até os dias de hoje, e como o movimento faz uso das redes sociais para organizar movimentos e

discussões. A última subseção desse primeiro capítulo é “O uso de *hashtags* para engajamentos sociais”, onde utiliza-se muitos exemplos de movimentações em massa nas redes sociais para interesses em comum de uma comunidade que surtiram efeitos a nível governamental, ou colocou um assunto em pauta a nível mundial, e mostra como uma *hashtag* bem articulada pode promover um movimento social a partir das redes sociais.

O capítulo a seguir é “Metodologia”, nessa seção é explicada as técnicas e método utilizado para realizar a pesquisa, como procedeu a recolha, a análise e compilação de dados.

O terceiro capítulo intitulado “Análise de dados” engloba três subseções. A primeira é “O contexto do assédio no Brasil”, no qual é apresentado um pequeno histórico de medidas que foram necessárias na tentativa de conter a violência contra a mulher no Brasil. A segunda “O contexto do uso das redes sociais no Brasil”, aqui apresenta-se alguns números sobre os utilizadores de redes sociais no país, redes sociais com mais utilizadores, de forma a ter uma ideia de como as mídias sociais fazem parte da vida dos brasileiros. E por fim, na terceira subseção, “Recolha dos dados da *hashtag* #meuprimeiroassedio”, é detalhado o processo para a recolha e para o tratamento dos dados da pesquisa, além da maneira como eles foram organizados para que se pudessem retirar informações e conclusões dos números apresentados.

Por último, ao fim do trabalho, encontra-se a “Conclusão”, capítulo no qual é encontra-se considerações a respeito da pesquisa, algumas impressões e sugestões para futuras pesquisas.

## **Problema**

A partir dos anos 2000, ocorreu um aumento massivo no número de acessos à Internet, e, em 2003, com o surgimento das redes sociais, o comportamento informacional no âmbito social modificou-se rapidamente. A forma de as pessoas buscarem informação mudou de maneira radical nas últimas duas décadas; assim, o profissional da informação também precisou de mudar o modo de estudar o comportamento do utilizador e o tratamento da informação.

Com tantas mudanças no comportamento da informação no ambiente digital, é

um desafio acompanhar a linguagem e o termo de classificação empregado pelo utilizador, a Folksonomia. No entanto, é importante aprimorar as técnicas de organização da informação e proporcionar, aos utilizadores, uma recuperação eficaz da informação. Assim, surge a questão: qual é o impacto social do uso das *tags* dentro da plataforma Twitter?

### **Objetivo geral**

O objetivo geral da pesquisa foi compreender como uma *hashtag* na rede social Twitter pode movimentar os utilizadores a respeito de questões sociais, como o feminismo. Além disso, buscou-se compreender as discussões e os impactos desse engajamento, através da folksonomia, um instrumento de organização da informação que também passa a ter papel central na integração social na Web.

### **Objetivos específicos**

Os objetivos específicos da pesquisa são:

- a) Fundamentar teoricamente os temas que movimentam o universo da pesquisa sobre a organização da informação *online*, o uso de *hashtag* em discussões sociais, o feminismo nas redes sociais e a folksonomia;
- b) Identificar e analisar as manifestações de ativismo, engajamento e críticas do movimento feminista na mídia social Twitter a partir da *hashtag* #meuprimeiroassedio;
- c) Analisar o discurso dos utilizadores do Twitter nos relatos coletados a partir da *hashtag*;
- d) Observar o tipo de postagem que utiliza a *hashtag* #meuprimeiroassedio e analisar como isso reflete a realidade social em que esse uso está inserido.

## 1. ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO NA WEB

O ato de organizar e classificar a informação é algo que fazemos inconscientemente todos os dias, no trabalho, no escritório e inclusive na nossa própria casa. Quando abrimos a gaveta do armário da cozinha, podemos observar que os garfos estão separados das colheres e das facas, e cada tipologia de talher tem seu local específico; isso nos ajuda quando precisamos de algum utensílio, pois assim é mais fácil encontrá-lo. O mesmo também pode ser observado em nosso guarda-roupa, onde separamos as roupas de verão das de inverno, ou separamos as calças das roupas de dormir, ou ainda guardamos as roupas de acordo com as cores. Todas essas ações facilitam nosso cotidiano, pois, dessa forma, sem precisar consultar, sabemos onde estão as coisas, e tudo fica fácil de ser encontrado.

Joudrey e Taylor (2017, p. 17) reforçam essa ideia sobre a organização da informação ser intrínseca à vida das pessoas. Os autores afirmam, por exemplo, que até mesmo os bebês categorizam imagens de rostos como forma de memorizar e reconhecer. Também as crianças pequenas organizam e combinam durante as brincadeiras, dividindo seus brinquedos por forma, cor ou tipo antes de brincar. Com o passar do tempo, elas crescem e desenvolvem habilidades cognitivas mais sofisticadas para categorizar, reconhecer padrões, classificar, relacionar e criar grupos de coisas e ideias.

Utilizamos o ato de organizar como uma forma de compreendermos o mundo ao nosso redor e de nos comunicarmos melhor. Por exemplo, recorremos à classificação de um objeto dentro de um grupo para entendermos o que ele é e como nos relacionamos com ele: “ao explicarmos o que significa a palavra cadeira, diremos que é um móvel (classe), que possui um assento e um encosto. Neste momento, organizamos nosso pensamento sobre o conceito desta palavra, focando na classe dos móveis e excluindo outras classes” (Café, Sales, 2010, p. 117).

Pato (2015, p. 68) também destaca que “[...] na Antiguidade já existiam listas dos documentos armazenados nas ‘bibliotecas’. Porém, quando a ordenação das listas exigiu uma organização por assunto, ocorreram profundas mudanças na abordagem do ato mecânico de construir índices, ou seja, foi introduzido um processo de análise do conteúdo dos documentos”. Podemos perceber que a busca da organização como forma

de recuperar o que precisamos de modo mais rápido e fácil é algo intrínseco ao ser humano e remonta a milênios. Por exemplo, o povo Sumério, por volta de 3000 a.C., utilizava a escrita cuneiforme em tábuas de argila e já fazia uso de estratégias para organização e recuperação da informação. Nos arquivos, onde eram armazenadas as tábuas com informações sobre produção de alimentos, criação de animais, propriedades de terra e relações comerciais, os responsáveis pelo armazenamento faziam pequenos resumos sobre os documentos contidos em um determinado setor e afixavam-nos nas prateleiras, a fim de otimizar a recuperação da informação.

Joudrey e Taylor (2017, p. 18) enumeram algumas razões pelas quais os seres humanos são condicionados a organizar e a classificar naturalmente. Essa tendência atenderia às seguintes finalidades:

**Compreender:** A organização nos ajuda a entender muitas coisas da vida diária. Por exemplo, alguém pode morar em Cambridgeport, um bairro em Cambridge, uma cidade no condado de Middlesex, que é uma divisão política na Comunidade de Massachusetts, que é um estado localizado em Nova Inglaterra, a maior parte do nordeste dos Estados Unidos. Existem sistemas formais e informais de organização da geografia, que nos ajudam a entender onde estamos e a comunicar localizações geográficas para os outros.

**Economizar tempo:** Organizamo-nos para sermos rápidos e eficientes. Queremos acessar nossas informações, coisas, serviços e similares em tempo hábil. Se, por exemplo, os documentos em uma caixa de armazenamento de arquivos não são agrupados de acordo com categorias ou séries, podemos ter que classificar entre centenas ou mesmo milhares de pedaços de papel para encontrar o que é necessário. Isso levaria muito tempo.

**Agrupar:** Nós nos organizamos para reunir, em grupos, coisas ou ideias semelhantes. Por exemplo, se nós tivermos muitos livros sobre o mesmo assunto ou gravações de som no mesmo gênero musical, é útil rotulá-los de forma consistente, para que possam ser pesquisados e apresentados juntos. Quando encontramos um livro que é útil ou alguma música que é atraente, podemos descobrir recursos semelhantes nas proximidades.

**Recuperar:** Acima de tudo, nós nos organizamos porque precisamos recuperar. O mundo está cheio de objetos e ideias. Precisamos encontrá-los, seja o que for e onde quer que esteja. A organização torna isso possível.

Também é defendido por Moreira e Moraes (2019), e corroborado por Araújo (2006), que classificar e organizar são ações intrínsecas ao ser humano, que, por exemplo, classifica por classes sociais, em função de algo ser bom ou ruim, de alguém ser digno ou não de algo. O ato de agrupar características de sujeitos e objetos é natural, e é a partir dessa lógica que surgiram os sistemas de organização de informação complexos e de linguagem não natural, como as classificações decimais.

Ribeiro (2013), Araújo (2006) e Moreira e Moraes (2019) concordam que os esquemas de classificações atuais receberam contribuições de Aristóteles, que formulou uma hierarquização conceitual, que divide um tema geral em espécies a partir de uma característica classificatória. Essa lógica ainda é utilizada hoje quando se trata de classificar a informação, seja em arquivos ou em bibliotecas. Simões e Freitas (2013) destacam que os grandes sistemas bibliográficos criados entre os séculos XIX e XX eram baseados não só nas ideias de Aristóteles, mas também nas classificações naturalistas. Outro importante influenciador dos estudos classificatórios foi Francis Bacon, que definiu três divisões intelectuais do ser humano: a memória, a imaginação e a razão. Além dele, outros muitos pensadores criaram divisões com bases naturalistas, o que contribuiu para o que entendemos hoje como classificação.

Para se entender a organização da informação, é importante compreender a unidade da informação, porque é a partir dessa unidade que começa o ato de organizar. A informação pode ser entendida como um componente de três elementos: o conhecimento, o qual é o conteúdo que a informação carrega; a linguagem, que é o meio pelo qual os itens de informação são expressos; e o suporte, entendido aqui como o material ou a energia. Pode-se, assim, entender que o conhecimento é materializado pela informação (Vital, Café, 2011).

Glushko *et al.* (2013, p. 30) chamam a atenção para a forma como se faz a organização de itens físicos, os quais possuem características tangíveis; por exemplo, os livros podem ser organizados na estante de acordo com os seus tamanhos, com os maiores e mais pesados na prateleira inferior. Essa organização de itens de informação em formatos tangíveis, baseados em propriedades visíveis, difere da forma como se organizam, por exemplo, os livros digitais em um *Kindle* ou as músicas digitais em um *smartphone*. Mas também podemos organizar itens físicos de acordo com a sua utilidade, e não conforme as suas características materiais, como quando arranjamos

ferramentas levando em conta a sua funcionalidade e não os seus aspectos físicos, como tamanho, peso e formato.

Semidão (2014), em sua dissertação a respeito da tríade Dados, Informação e Conhecimento, realiza uma pesquisa por meio de definições de tais termos e do levantamento de suas origens. De forma resumida, a partir desse estudo, os dados podem ser entendidos como a parte unitária da informação, o ponto no qual se inicia um poder de significação, o momento em que o processo cognitivo tem partida; a informação pode ser compreendida como a forma de comunicar conhecimento, a parte do processo de fazer conhecer, a comunicação dos dados, atribuindo-lhes sentido; por fim, o conhecimento seria a apropriação, através da mente, de elementos exteriores a ela, a fim de assimilar “informações” até então externas ao seu arcabouço de conhecimento e conduzir outros indivíduos a fazerem o mesmo. Assim, pode-se entender o conhecimento como “informação adquirida”. De acordo com Pato (2015):

[...] há pelo menos duas condições básicas para que ocorra o conhecimento: o sujeito e o objeto, e o objeto pode ser outro sujeito, ou um livro ou uma imagem. Não é possível “organizar mentes”, conhecimentos individuais dos sujeitos, pois o conhecimento individual é imaterial e inacessível, a não ser quando manifesto em signos. Organizar informação depende de um ponto de referência, de algo relativamente estável o suficiente para que possa ser analisado e, de certo modo, definido. O ponto de referência é o objeto, suporte “materializado” do “conhecimento”. Como produto de alguma mente, o objeto é “criptografado” segundo uma série de parâmetros, seja uma imagem ou um livro. Para ser acessado, deve ter suas instruções “decodificadas”. Porém, como a codificação humana não é mecânica e fixa, a decodificação jamais refletirá ponto a ponto o conteúdo de qualquer objeto, logo, de alguma mente individual. O que fazemos ao organizar a informação é aproximar o usuário do objeto, de algum conhecimento possível existente no objeto (Pato, 2015, p. 62-63).

Além da tríade Dados, Informação e Conhecimento, Joudrey e Taylor (2017) acrescentam outros dois pontos nessa lista: *understanding*, que pode ser traduzido como “entendimento”, e *wisdom*, que pode ser entendido como “sabedoria”. Os dados aqui são conceituados como partes isoladas, que, quando juntas, compõem uma informação, utilizada para comunicar o conhecimento, já que ele se encontra na mente das pessoas. Após receber a informação e absorver o conhecimento, a pessoa obterá o entendimento,

que se transforma em sabedoria quando ela é capaz de utilizá-lo e, a partir dele, buscar um novo conhecimento e novos entendimentos.

De acordo com Vital e Café (2011), os sistemas de representação de informação são utilizados para organizar a informação e têm como finalidade a recuperação da informação pelos utilizadores. Esses sistemas podem ser os mais diversos, como sistemas de classificação, taxonomias, tesouros e ontologias. No caso desta análise, será dado destaque aos sistemas em linguagem natural.

Ranganathan, matemático e bibliotecário indiano, revolucionou a área de classificação e organização da informação, quando, pela primeira vez, propôs um esquema classificatório que se diferenciava dos já existentes, pois apresentava possibilidades hierárquicas de assuntos, classes e subclasses. Até então, as classificações eram baseadas na biologia e possuíam características mais engessadas. Seus ensinamentos biblioteconômicos ainda são muito atuais, como as conhecidas 5 leis de Ranganathan, as quais abrangem a área como um todo: (1) “Os livros são escritos para serem lidos”; (2) “Todo leitor tem seu livro”; (3) “Todo livro tem seu leitor”; (4) “Poupe o tempo do leitor”; e, por fim, (5) “Uma biblioteca é um organismo em crescimento” (Figueiredo, 1992, p. 186). É importante, no âmbito da presente pesquisa, destacar a quarta lei, “Poupe o tempo do leitor”, pois aqui Ranganathan se refere à importância da arrumação e da organização dos documentos, uma vez que essa dimensão da ciência da informação é capaz de diminuir o tempo necessário para se encontrar a informação desejada.

Paul Otlet, advogado e empresário belga, em parceria com Henri La Fontaine, advogado e jurista também belga, iniciaram em 1904 estudos a respeito da classificação do conhecimento. Em 1907, publicaram a *Classificação Decimal Universal*, facetada em notação científica, a qual, até os dias atuais, é uma das classificações mais utilizadas em bibliotecas.

É possível perceber, ao longo da história da Ciência da Informação, as tentativas de melhorar e de aprimorar as técnicas de organização da informação, englobando nesse contexto a classificação, a indexação e a catalogação. Com o aparecimento da Internet, da WWW, das redes sociais, a produção de conteúdo cresceu de uma forma imprevisivelmente rápida e atualmente, propor maneiras de organizar e de recuperar a informação nesse meio constitui um desafio.

Esse grande uso de informação digital vem fazendo parte da nossa realidade apenas nas últimas duas décadas; por outro lado, a experiência humana com informações esculpidas em pedra, gravadas em argila ou impressas com tinta em papiro, pergaminho ou papel, ocorre há mais de 10 mil anos. Dada a realidade recente em que vivemos, as pessoas ainda não absorveram culturalmente a noção de organização quanto às informações digitais, algo que há muito tempo já fazem com os objetos físicos.

Utilizadores da Web podem despende de certo tempo para organizar seu próprio site, mas existe a possibilidade de permitir que outros utilizadores o acessem e deixem tags e “curtidas” como uma forma de exprimir o conteúdo da página para outros utilizadores se beneficiarem dessa informação sobre a informação disposta, o que podemos entender também como *metadata*. Chamamos essa organização social e colaborativa de folksonomia, que resulta de um esforço agregado ao criar organização e autoridade por meio de efeitos de rede (Glushko et al., 2013, p. 106).

Pode-se entender a organização da informação como um processo de arranjo entre acervos por meio da descrição – listagem dos atributos de um item – física e de conteúdo de seus objetos informacionais. Como produto desse processo descritivo, obtém-se a representação da informação, um apanhado de elementos descritivos que buscam representar os atributos de um objeto informacional (Café, Sales, 2010, p. 118). A descrição da informação divide-se em dois aspectos. O primeiro é a descrição física, que se concretiza através da catalogação e que resulta na representação do suporte físico ou do documento. O segundo aspecto é a descrição de assunto, a qual se realiza pelos processos de classificação, indexação e resumo.

### **1.1 Folksonomia: ferramenta de organização da informação na Web**

Existem muitos processos e muitas ferramentas que auxiliam na organização da informação, como a catalogação, a indexação e a classificação. Porém, o uso dessas práticas ocorre apenas em ambientes controlados – como arquivos, bibliotecas, museus, repositórios institucionais ou bases de dados –, nos quais profissionais especializados são responsáveis pela gestão dessas informações. Quando se trata do ambiente da Web, das redes sociais e dos *sites*, isso muda de figura.

A organização na Web é um grande desafio, pois a *Web 2.0*, como mencionado anteriormente, é marcada pela criação de conteúdo de forma colaborativa; ou seja, ela é um ambiente no qual quem consome a informação também é quem a produz, não existindo, assim, uma separação de papéis. Além disso, essa produção de conteúdo é contínua e exponencial, está em constante crescimento. Quando se trata da classificação e da organização dessa informação, não se poderia seguir uma dinâmica diferente. As etiquetas – ou, como são mais conhecidas, as *tags* – são utilizadas para classificar os itens de acordo com o seu conteúdo. Dentro da Ciência da Informação, isso é chamado de indexação social ou folksonomia.

É importante destacar que o acesso à informação relevante terá um valor crítico em ambientes com excesso de conteúdo, como a Web, onde existe um crescimento na produção de conteúdo, o que impõe muitos desafios ao seu tratamento.

A folksonomia é considerada, pela literatura especializada, como uma indexação colaborativa, pois diversos utilizadores podem colocar suas *tags* em um item, independentemente de eles terem sido os criadores do recurso ou não. A linguagem natural é usada nesse processo sem qualquer tipo de controle, diferentemente do que ocorre na indexação tradicional, em que existem descritores, tesauros e outras ferramentas que possibilitam o controle dos termos a serem utilizados.

Val (2007, *online*) define a folksonomia como:

[...] o resultado da marcação livre pessoal de informações e objetos (qualquer coisa com uma URL) para a própria recuperação. A marcação é feita em um ambiente social (geralmente compartilhado e aberto a outras pessoas). A folksonomia é criada a partir do ato de marcação pela pessoa que consome as informações.

O valor dessa marcação externa é derivado de pessoas usando seu próprio vocabulário e adicionando significado explícito, que pode vir da compreensão inferida da informação/objeto. As pessoas não estão tanto categorizando, mas fornecendo um meio de conectar itens (colocando ganchos) para fornecer seu significado em seu próprio entendimento.

A característica mais marcante que podemos já ressaltar da folksonomia, em relação aos outros tipos de indexação, é o facto, destacado por Viana, Arakaki e

Dal'Evedove (2019, p. 511), de que “os usuários finais fazem indexação, em vez de apenas especialistas, e as *tags* atribuídas estão sendo mostradas imediatamente na rede Internet”.

Corrêa e Santos (2018, p. 11) realizaram uma pesquisa de revisão sistemática a respeito do termo folksonomia. Ao final, constataram que não há um consenso na literatura científica sobre o conceito, “haja vista que em alguns momentos ela é considerada pelos autores como um fenômeno; uma inovação; um sistema; uma classificação; um vocabulário; um método ou até mesmo o resultado de um processo”. Nesse estudo, os autores ainda destacaram sete aspectos que representam os principais elementos presentes nas definições de folksonomia: contexto (ambiência em que a folksonomia pode ser aplicada); método (técnica empregada para a criação da folksonomia); agente (indivíduo que pode participar do processo de etiquetagem); ação (atividade realizada para fins de criação da folksonomia); objeto (recurso informacional que pode ser representado); produto (resultado gerado através do emprego da folksonomia); e finalidade (objetivo da folksonomia).

Apesar de não existir uma padronização da definição de folksonomia, todos os autores concordam em um ponto: o facto de existir uma integração do utilizador no processo de representação da informação dos recursos informacionais no ambiente Web, a partir da utilização de etiquetas (Viana, Arakaki, Dal'Evedove, 2019, p. 513).

Corrêa e Santos (2018, p. 13) sugerem que a folksonomia pode ser conceituada como o resultado do processo de etiquetagem realizada pelos utilizadores, por meio do emprego de termos provenientes de linguagem natural. Essa etiquetagem, que visa a recuperação de informação, ocorre em ambientes digitais colaborativos, focados no compartilhamento de recursos em qualquer formato. Observa-se aqui a diferença entre “etiquetagem” e “folksonomia”: enquanto a primeira trata da atribuição de descritores, a segunda se refere ao resultado do processo.

Percebe-se que, nos sistemas que usam folksonomia, não há diretrizes que orientem os utilizadores a respeito de como realizar a etiquetagem. Para Santos (2013, p. 97), “nas folksonomias, a atribuição de marcadores está relacionada com a identificação da significação particular dos objetos para cada um dos utilizadores do sistema”. Ainda segundo Santos, nas folksonomias, os marcadores atribuídos geralmente não são representativos dos conceitos abordados.

Hassan-Montero (2006, *online*) chama a atenção para duas dimensões do processo de etiquetagem. Há a dimensão coletiva, em que se busca compartilhar informações. Mas há também o caráter pessoal, em que se entende que esse processo de indexação e categorização do recurso possuiria como motivação um caráter egoísta, pois o utilizador o faz para que ele próprio possa recuperar o item em outro momento. Sobre esse caráter egoísta do processo, Côrrea e Santos (2014, p. 1097-1098) complementam ainda que a maioria dos descritores “podem não representar o objeto em sua totalidade, sendo identificados apenas para interesse particular do usuário que o atribuiu”.

A folksonomia acontece em um ambiente Web caracterizado pelo viés colaborativo, interativo e hipertextual, no qual todas as informações podem ser *linkadas*, conectadas, o que,

[...] além de uma organização semântica das informações, permite, também, uma organização coletiva e colaborativa da/na Web, seja ela intencional ou não. Por meio da folksonomia, é possível constituir uma rede de associações com base no significado eleito, individualmente ou por senso comum, no entanto, sem depender de um contexto de criação. O que geralmente vai determinar a utilização das etiquetas variará entre as pessoas e os sistemas utilizados (Cañada, 2006, p. 101).

É possível identificar alguns problemas que permeiam a folksonomia, por exemplo: a ocorrência de plurais, quando as palavras sofrem diferenciação de número e de gênero na sua representação; o emprego de sinonímia, quando há palavras diferentes, mas que possuem o mesmo significado; a inferência de antonímia, que acontece quando palavras gramaticalmente iguais possuem significados diferentes; e a relação profundidade/especificidade da descrição, em que, por não existir hierarquia, descritores amplos podem ser utilizados para assuntos mais específicos e vice-versa. Além disso, devido ao facto de a folksonomia não ser realizada por profissionais, temos de levar em consideração alguns fatores, como os possíveis erros ortográficos; as expressões regionais, que variam de acordo com a localidade; a classe social; a idade; outros aspectos sociais; e ainda o uso de diferentes idiomas nas *tags*.

Pode classificar-se a folksonomia como um processo de indexação, o qual possui como produto as *tags*, entendidas aqui como as palavras-chave. Esse processo pode ser dividido em duas etapas: a pessoal, que ocorre quando o utilizador atribui a *tag* ao recurso informacional; e a coletiva, que ocorre quando esse utilizador compartilha a

informação, outros utilizadores a recuperam e, eventualmente, também realizam o seu próprio processo de etiquetagem.

Destaca-se, na literatura, uma diferença perceptível entre a indexação social e a individual. Na primeira, que acontece na folksonomia, quando os recursos informacionais são indexados por várias pessoas, obtém-se um resultado mais exaustivo, pois será atribuído um número maior de termos na indexação e, assim, ela será entendida como mais consistente. Na segunda, apenas quem gera o conteúdo pode realizar a indexação; por exemplo, no YouTube, somente o utilizador que produz o conteúdo pode atribuir *tags* ao item (Hassan-Montero, 2006, *online*).

O recurso de *tags* também pode ser usado como um meio de criar uma coleção de informações, pois o utilizador emprega uma *tag* específica para itens pelos quais tem interesse e, quando realizar a busca por essa *tag*, poderá recuperar os itens que havia etiquetado. Além disso, ele também poderá partilhar essa *tag*; assim, pessoas com os mesmos interesses podem fazer uso dela para levantar mais informações sobre o assunto em questão.

Brandt e Medeiros (2010) destacam uma característica importante da folksonomia, quando comparada a outros sistemas de classificação: a sua abordagem amigável (*user-friendly*). A folksonomia – diferentemente da Classificação Decimal Universal (CDU), por exemplo, que demanda um conhecimento prévio para o seu manuseio – pode ser realizada por qualquer utilizador e entendida facilmente.

Vignoli, Almeida e Catarino (2014) corroboram a ideia de Brandt e Medeiros (2010) de que a folksonomia pode ser entendida como uma representação do conhecimento social, e não um sistema de representação do conhecimento, pois esse último seria mais complexo. Todavia, a partir do momento em que o utilizador traduz o conhecimento cognitivo em palavras, ele está a representar o conhecimento retido em sua mente, o que caracteriza a folksonomia como um método de representação do conhecimento social e, assim, como uma forma de organização do conhecimento social, compartilhado por uma comunidade online. Nas palavras de Vignoli, Almeida e Catarino (2014, p. 117):

[...] a folksonomia como representação do conhecimento gerada pelo usuário, ou por comunidades afins, pode-se ser dita como

uma forma de organização social do conhecimento: arbitrária, baseada nos princípios dos próprios usuários e compartilhada num meio social determinado.

Uma funcionalidade das *tags*, levantada na literatura, é o seu uso como *bookmark*: uma forma de o utilizador criar seu acervo de conteúdo, através do uso de metadados (dados sobre dados). Esse uso corresponderia à atribuição de *tags*, em um vocabulário natural, para nomear os recursos que desejar. A esse processo, dá-se o nome de “marcação social” ou “marcação colaborativa”, fenômeno da Web que tem crescido em popularidade, e que foi primeiramente usado em plataformas como Delicious, CiteUlike e Flickr (Kakali, Papatheodorou, 2011, p. 1).

Através dessa funcionalidade do uso das *tags*, o utilizador pode criar e moldar um espaço virtual e pessoal, no qual ele próprio é o indexador, que pode organizar seus recursos informacionais – gerados ou não por ele –, a fim de armazená-los e recuperá-los posteriormente (Maculan, 2009, p. 9). Podemos perceber que, nesse contexto da Web, o utilizador passa a ter a função de consumidor, de gerador e de gestor de informação.

A *tag cloud*, ou nuvem de *tags*, pode ser entendida como uma lista de termos hierarquizada visualmente de acordo com o uso de cada termo: quanto mais um item for mencionado pelos utilizadores, maior será o seu tamanho nessa nuvem. Ela também é uma maneira de apresentar os conteúdos disponíveis em um *site*. É esse caráter de agregar etiquetas que possibilita a criação das nuvens de *tags*, que também permitem a recuperação da informação. Segundo Corrêa e Santos (2018, p. 5):

Nesse sentido, a nuvem de *tags* é dinâmica, uma vez que representa um meio de navegação entre um conjunto de documentos existentes em um dado sistema, viabilizando o acesso direto aos documentos por meio das etiquetas elencadas nesse cenário. Além disso, é importante acrescentar que uma nuvem de etiquetas não é necessariamente caracterizada pela prática da Folksonomia, tendo em vista que muitas vezes ela é empregada para fins de estética em muitos sites e blogs disponíveis na Web.

A plataforma digital mais conhecida por fazer um uso abundante desse recurso é o Twitter. Ele possui ferramentas de busca bastante complexas, com diversos filtros, que possibilitam inúmeras estratégias de busca. É possível dizer que a opção de busca

avançada – que pode ser comparada àquela de grandes bases de dados científicas – possibilita o acesso a informações a partir dos mais diversos recortes e estratégias.

## 1.2 Redes sociais

A partir da massificação do uso da Internet e das plataformas de relacionamento *online*, o termo “rede social” passou a significar os laços mantidos no meio *online*. Ferreira (2011, p. 214), porém, destaca a importância de não se confundirem os conceitos de mídia social e rede social; segundo o autor, a tecnologia da mídia social evidencia e potencializa a rede social, sobretudo nos casos em que o fator espacial impede um contacto e uma relação mais próxima.

O termo “rede” tem origem do latim *rete* e pode significar: um entrelaçado de fios para fins de retenção de animal na caça; um agrupamento de pessoas, estabelecimentos ou organizações que trabalham se comunicando entre si; um conjunto de nervos e fibras entrelaçados; um sistema interligado de meios de comunicação ou de computadores. Ou seja, trata-se de um emaranhado de coisas interligadas e que se comunicam entre si (Ferreira, 2011, p. 210).

Marleto (2001, p. 72) atribui algumas características ao conceito de rede social. O autor a considera como um sistema que liga indivíduos e cria elos em uma estrutura sem fronteiras, não geográfica e não institucionalizada. Esse sistema é construído através de valores e de interesses compartilhados, havendo a valorização de conexões informais em detrimento das estruturas hierárquicas.

A rede, no contexto social, pode ser definida como uma estrutura não linear, descentralizada e flexível, em que cada indivíduo possui características próprias, o que torna a rede dinâmica, com relações horizontais e de cooperação. Ao longo da vida, através da conexão entre si, os indivíduos passam a ampliar e a modificar a sua rede de contactos, de acordo com o ambiente onde estão inseridos e com as suas características pessoais, como opiniões e preferências; no ambiente Web, isso fica claro. Dentro das mídias sociais, por exemplo, existem diversas comunidades para apreciadores de determinado estilo musical, nas quais os indivíduos se relacionam a partir de um interesse em comum.

O conceito de redes difere de acordo com a área do conhecimento. Para este trabalho, foi utilizada como base a definição de redes para as Ciências Sociais, que corrobora com a definição de Marleto (2001, p. 73), segundo a qual os movimentos dentro das redes são:

[...] fracamente institucionalizados, reunindo indivíduos e grupos em uma associação cujos termos são variáveis e sujeitos a uma reinterpretação em função dos limites que pesam sobre suas ações. [A rede] É composta de indivíduos, grupos ou organizações, e sua dinâmica está voltada para a perpetuação, a consolidação e o desenvolvimento das atividades dos seus membros.

Um Grupo Social pode ser, por exemplo, um conjunto de pessoas do trabalho, da escola, da família ou mesmo de indivíduos com *hobbies* em comum; nesse grupo, os seus membros interligam-se através de redes. Quando esse conceito é aplicado ao ambiente de redes sociais *online*, normalmente esse aglutinamento de indivíduos ocorre por afinidades, gostos musicais, filmográficos, profissionais, entre muitos outros.

Tomáel, Alcará e Di Chiara (2005, p. 95) afirmam que “a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente depois da Internet, as relações sociais prescindem do espaço físico e do geográfico, elas ocorrem independentes do tempo e/ou do espaço”. Dessa forma, pode-se dizer que foi com o advento da Internet que o conceito de rede social se transformou para o que entendemos hoje: como uma forma de pessoas se conectarem com outras pessoas ao redor do mundo, independentemente do espaço e das fronteiras, e, assim, construírem conexões e conhecimentos através das plataformas conhecidas como mídias sociais.

A mídia social pode ser considerada como um conjunto de redes sociais que interligam indivíduos. Ou podemos dizer, no contexto *online*, que esse conjunto interliga utilizadores em grupos sociais. Isso difere, por exemplo, do que ocorre na televisão ou no rádio, comunicadores padrão que estabelecem uma relação estática com os indivíduos, os quais não são considerados utilizadores, mas telespectadores ou ouvintes.

A rede social na Web pode ser definida de forma sucinta como “um *software* social que, com uma interface amigável, integra recursos além dos da tecnologia da informação” (Tomáel, Alcará, Di Chiara, 2005, p. 96). Essas redes proporcionam um

dinâmico “espaço de discussão, compartilhamento e produção de relevância social, criando um ambiente de melhora da qualidade informativa” (Junior, 2009, p. 100).

É nesse contexto de rede social que surgem as *hashtags*, simbolizadas por “#”, que atualmente é um símbolo de discurso coletivo, que indica temas e palavras-chave no ambiente Web. Vale, no entanto, salientar a diferença entre palavras-chave e *tags*. As primeiras, utilizadas em base de dados, por exemplo, nunca farão parte da obra, sendo apenas ferramentas de recuperação da informação. Já as *tags* fazem parte do tuíte<sup>2</sup>; muitas vezes, inclusive, elas estão gramaticalmente inseridas nas sentenças (Bernard, 2019, p. 35).

Para Rambukkana (2015), posteriormente corroborado por Bernard (2019), o uso de *hashtags* – além de ser uma forma de etiquetar a informação, um metadado, que auxilia na organização da informação no ambiente *online* – é também uma representação do conhecimento social e um instrumento político. As redes sociais são ambientes nos quais todos têm voz, e as *tags* são formas de engajar movimentos, levantar discussões e dar espaço de fala para aqueles que sempre foram silenciados.

Os veículos tradicionais de comunicação, como a televisão e o rádio, não possuem espaço para introduzir grande parte dos indivíduos nas discussões sociais. Todavia, com o advento das redes sociais, aqueles que eram espectadores passaram a ter a oportunidade de serem participantes nos debates. Nesse contexto, o “levantamento” de *hasgtags* transformou-se em uma forma de ativismo social, que, atualmente, gera um grande impacto social.

### 1.2.1 O feminismo nas redes sociais

A pesquisadora Mayara Pacheco Coelho (2016, p. 216) considera o feminismo “como um movimento político, crítico e libertário”, o qual busca uma igualdade de direitos civis e políticos, independentemente de sexo ou gênero. Na atualidade, é de entendimento geral a existência de três ondas do feminismo, e alguns autores discutem se, no presente, estaríamos em transição para a quarta onda.

---

2 O tuíte se refere originalmente a uma postagem, na rede social Twitter, com até 140 caracteres. A partir de 2017, porém, o limite passou a ser de 280 caracteres. A presença de *hashtags* se tornou mais comum após essa expansão do limite.

A partir do Renascimento, ocorreu uma mudança de paradigma. Depois, com o Iluminismo, surgiu um discurso da burguesia sobre a igualdade e sobre o indivíduo como sujeito político. Muitas mulheres participaram da Revolução Francesa, durante o período iluminista, mas, ao fim, foram os homens que conquistaram a liberdade e o direito à propriedade e não as mulheres, as quais, desde então, têm procurado alcançar essa igualdade de direitos.

É, então, nesse contexto pós-iluminismo que acontece a primeira onda do feminismo, que ocorreu entre o fim do século XIX e o início do XX, com a reivindicação de direitos civis igualitários entre homens e mulheres. Pode-se destacar, nesse contexto, o movimento sufragista, no qual as mulheres buscavam o direito ao sufrágio (voto), ou seja, buscavam o direito de ter voz como cidadãs. É importante pontuar que essas mulheres eram, em sua maioria, brancas e de classes sociais mais favorecidas, o que englobava apenas uma parcela da população feminina. Nessa primeira onda, também existiu uma vertente abolicionista; contudo, as feministas brancas não apoiaram esse movimento, por pensar que a libertação dos escravos traria retrocessos à sua condição (Vargas, Saraiva, 2019, p. 3).

A segunda onda acontece entre as décadas de 1950 e 1990. Devido à Segunda Guerra Mundial, o número de homens que tiveram de deixar suas famílias e ir lutar no conflito foi muito grande. Por esse motivo, as mulheres tiveram de assumir lugares de chefes de família e provedoras, desempenhando profissões e funções, que antes eram restritas aos homens. Nesse momento, a mulher percebe que é perfeitamente capaz de desempenhar diversos papéis na sociedade, os quais antes não eram atribuídos a ela, e, então, decide lutar por isso.

Para Coelho (2016, p. 4), essa fase do movimento surge também em paralelo à luta dos negros nos Estados Unidos da América, em busca de direitos civis, e aos movimentos contra a Guerra do Vietnã. Nesse cenário de contestação, por volta dos anos 1960 e 1970, a cultura *hippie* estava em alta, uma vez que esse era um movimento que denotava “rebeldia”. Muitas mulheres *hippies* se engajaram nas lutas feministas, o que trouxe uma rotulação, por parte de indivíduos que visavam a atacar o movimento, de que feministas eram mulheres feias e sem vaidade. Tal estereótipo continua a perpetuar-se atualmente, mas já é possível perceber uma quebra nessa visão.

Ainda nos anos 1960, nos EUA, o movimento pelos direitos dos negros ganhou força com Martin Luther King e Malcom X. Nesse contexto, as mulheres negras sentiam-se insatisfeitas pela representação das mulheres brancas do feminismo. Assim,

surgiu com intensidade a vertente do feminismo negro, com destaque para as autoras feministas Angela Davis e Bell Hooks (Vargas, Saraiva, 2019, p. 6).

Outro marco importante da segunda onda é a incorporação da palavra “gênero” nas discussões feministas. Nesse momento, os significados de “gênero” e de “sexo” se afastam, e o gênero passa a ser visto como uma construção social e não como um estado. Uma autora importante, que iniciou a discussão de gênero no feminismo, é Judith Butler. Em seu livro *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*, ela afirma que, de acordo com o sexo com que a pessoa nasce, sua *performance* social será delineada. Existem, assim, controles sociais para que todos mantenham seus papéis. É ensinado, por exemplo, que mulheres devem se sentar com as pernas fechadas ou cruzadas, diferentemente dos homens; dessa forma, sempre que um indivíduo agir em desacordo com esse *script* social, ele será reprimido pelos mecanismos sociais/culturais. Nesse ponto, Coelho (2016, p. 4) reflete sobre a eclosão do seguinte questionamento: por que a realidade social ainda é estudada e analisada de forma binária e não múltipla?

A segunda onda também é marcada pelo questionamento da história, no entendimento de que ela sempre foi usada para justificar por que as mulheres estariam em uma condição de “submissão” perante os homens. Com isso, a raiz dessa situação passou a ser estudada, a fim de se mudar toda a estrutura. Essa discussão embasa o chamado feminismo radical, que muitas vezes é ligado ao extremismo, mas que, na verdade, constitui uma busca pela raiz da questão. Começa a haver uma contestação da ideia do feminismo universal, baseado apenas na opressão patriarcal (opressão dos homens sobre as mulheres). Nesse contexto, correntes do feminismo começam a eclodir, para abranger outras vozes do feminismo, como as das mulheres negras, indígenas, lésbicas, imigrantes, entre outras, as quais passam a reivindicar suas diferenças dentro da categoria “mulher”.

Houve um processo de pluralização do movimento feminista, mas, apesar das diferenças, a categoria “mulher” permanece como uma categoria política, na qual a união de suas componentes se mostra como uma força perante o governo e, desse modo, como uma forma de reivindicar políticas para proteger e melhorar a vivência em sociedade de toda a categoria. Procura-se, com isso, romper barreiras de transfobia, racismo e classismo entre as mulheres, para, assim, entender suas necessidades, e para que elas, juntas, busquem melhorias no meio social.

A autora feminista Betty Friedman, em sua obra *A mística feminina*, questiona: o que é ser mulher? Por que a mulher é submissa/inferior ao homem? Qual é o papel da

mulher na sociedade? Ela afirma que, por conta do papel de dona de casa e de esposa perfeita, a imagem da mulher como um ser místico, misterioso e próximo da natureza a impossibilita de ascender culturalmente, e essa condição desencadeia muitos problemas psicológicos nas mulheres, como a depressão e a ansiedade. Na série televisiva *Mad Men* (2007-2015), ambientada nos anos 1960, é possível perceber o papel de dona de casa, mãe e esposa perfeita que as mulheres deveriam desempenhar; o tabu da mulher que anseia ter uma profissão depois do casamento; ou ainda as dificuldades daquelas que não se casam. A retratar essas situações, a série aborda diversos problemas psicológicos que a pressão social causa nas mulheres.

Na terceira onda feminista, a discussão sobre as especificidades, os diferentes grupos de mulheres e as pluralidades é aprofundada ainda mais, pois considera-se que o ato de unidade da categoria “mulher” acaba por implicar uma anulação das especificidades de cada grupo de mulher. Essa nova fase do feminismo também é conhecida como ciberfeminismo e tem, como ponto de partida, o *Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista*, escrito pela bióloga e filósofa Donna Haraway, publicado em 1985. No manifesto, a autora faz uma crítica sobre a crise identitarista do movimento feminista e do marxismo na representação de minorias dentro dos movimentos sociais e ainda escreve sobre o ciborgue como uma analogia ao ser humano. Ao tratar dessa analogia, a autora aborda a relação do indivíduo com a tecnologia, considerada uma extensão do próprio humano:

Um ciborgue é um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção. Realidade social significa relações sociais vividas, significa nossa construção política mais importante, significa uma ficção capaz de mudar o mundo. Os movimentos internacionais de mulheres têm construído aquilo que se pode chamar de “experiência das mulheres”. Essa experiência é tanto uma ficção quanto um facto do tipo mais crucial, mais político. A libertação depende da construção da consciência da opressão, depende de sua imaginativa apreensão e, portanto, da consciência e da apreensão da possibilidade (Haraway, 1985, p. 36).

Haraway, em seu manifesto, enfatiza a importância de se entender o indivíduo mulher de forma não naturalizada, como se a mulher tivesse um instinto natural para ser mãe, por exemplo, ou fosse biologicamente mais sensível. Pelo contrário, para a autora, tudo consiste em uma construção social, assim como já havia afirmado Simone de

Beauvoir em sua célebre frase “Não se nasce mulher, torna-se mulher”. Nessa frase, há a ideia de que existe uma pressão social para as mulheres desempenharem seus papéis de mães e de esposas, o que as limita no mercado de trabalho. Logo que surgiram os primeiros computadores, que ocupavam salas inteiras e que eram utilizados como potentes calculadoras, as mulheres eram a maioria entre os profissionais de programação, pois essa profissão era considerada uma extensão dos afazeres de uma secretária. Porém, a partir do momento em que as tecnologias foram ganhando importância, com o computador pessoal e os *videogames*, os homens tomaram o espaço das mulheres, e toda essa cultura tecnológica passou a ser voltada para os indivíduos do sexo masculino. Podemos observar isso ainda hoje, quando a maioria dos meninos possuem *videogames*, mas isso não se aplica às meninas; além disso, o mercado de trabalho na área da computação é, em sua grande maioria, ocupado por homens.

Para exemplificar essa situação, pode observar-se alguns números. Em 1974, a primeira turma do curso de Ciências da Computação do Instituto de Matemática e Estatísticas de São Paulo contava com 20 alunos, sendo 14 mulheres e 6 homens (70% da turma era constituída por mulheres), enquanto em 2016 o curso contou com 41 alunos, sendo apenas 6 as mulheres (15% da turma) (Santos, 2018, *online*). O filme *Hidden Figures*, de 2016, ambientado no ano de 1961, aborda um pouco dessa questão. Ele retrata a situação de mulheres que eram “calculadoras humanas”, responsáveis por elaborar os cálculos de distância, velocidade, curvaturas dos voos de foguetes, e, quando os computadores começaram a desempenhar esse papel, essas mulheres passaram a manuseá-los e programá-los.

Voltando a Donna Haraway, ela defendeu a importância de se utilizarem as tecnologias e a rede na modificação da realidade social e política das mulheres. Nesse cenário, existe o ciberativismo, um movimento em rede que conecta os indivíduos, espalha o afeto e traz o combustível que leva as pessoas para as ruas; além disso, o ciberativismo possibilita a coordenação e a discussão dos grupos e dos planos de ação (Vargas, Saraiva, 2019, p. 8).

Martinez (2019, p. 7-8) destaca que, no ciberfeminismo, busca-se a quebra de binarismos através de reflexões a respeito das “representações do feminino nas narrativas e histórias de ficção, as possibilidades de descorporificação, da abolição/superação dos gêneros, e da hibridização entre organismo e máquina”.

Com relação à terceira onda do feminismo – na qual se insere o ciberfeminismo –, é possível destacar algumas reivindicações do movimento: o direito sobre o próprio

corpo; a luta por liberdade sexual; a noção de que a mulher vítima de estupro é a vítima e não a culpada; a luta pela legalização do aborto; e a oposição à sexualização do corpo feminino.

*Blogs, sites* e grupos feministas nas redes sociais podem ser pensados como um artefato cultural. Esses recursos tecnológicos podem ser utilizados como disseminadores de informação sobre movimentos políticos, levantando discussões e vivências. Assim, eles geram impactos que auxiliam em uma mudança nas estruturas da sociedade (Ferreira, 2015, p. 16).

Alguns autores argumentam que, no momento atual, estaria acontecendo a quarta onda do feminismo, marcada intensamente pelo uso das tecnologias de comunicação e, sobretudo, pelo uso das redes sociais como ambientes de discussões e engajamentos em causas e movimentos sociais. De acordo com Vargas e Saraiva (2019, p. 6), a quarta onda se caracteriza pela “preocupação crescente com a violência contra a mulher e o uso de redes sociais, tais como Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, como espaços para a circulação de pautas e ações sobre o tema”.

Discute-se que, no momento atual, o feminismo não tem como característica a institucionalização ou a vinculação a um coletivo. Nesse contexto, as mulheres se identificam como feministas sem precisar fazer parte de um grupo; a partir do momento em que uma mulher defende pautas feministas e a liberdade de ir e vir das mulheres, ela já pode se considerar feminista.

Nessa nova fase, as lutas pela descriminalização do aborto – que se iniciaram na segunda onda – continuam. No entanto, emergem também outros discursos sobre os corpos e a padronização do que é bonito, como os debates sobre corpos trans; as discussões sobre padrões de beleza e sobre a gordofobia; e as reivindicações de pessoas com deficiência, reivindicações essas que constituiriam uma crítica à ideia de uma “condição normal” do corpo (Ferreira, 2015, p. 24).

O uso das mídias sociais pode aproximar as pessoas das discussões das pautas feministas. Mesmo que grupos antifeministas venham acusar as feministas de militância cibernética, “utilizar a plataforma digital é romper com esse ciclo de violência e [com] as tentativas de silenciamento. É transcender o próprio espaço e formar conexões infinitas” (Coelho, 2016, p. 10).

Vargas e Saraiva (2019), em seu estudo, formaram um grupo de discussão com alunas de uma instituição de ensino periférica no sul do Brasil. Nesse grupo, foram levantadas questões como o que seria o feminismo e se as alunas se sentiam feministas.

Quando questionadas sobre onde aprenderam a respeito do assunto, a maioria delas respondeu que o primeiro contato com o termo “feminismo” foi na Internet, mais especificamente nas mídias sociais; algumas citaram a escola, mas foram poucas; e a mídia tradicional, como os canais televisivos, não foi citada em momento algum.

Com isso, surge o questionamento: os canais de comunicação institucionalizados, como rádio, jornal e TV, não abordam o feminismo? Se não abordam, por quê? Outra questão se refere ao motivo de o assunto não ser discutido nas escolas (ou ser discutido raramente), apesar de o feminismo ser parte intrínseca da história do desenvolvimento das sociedades e do facto de que muitas das participantes da pesquisa manifestaram interesse em aprender mais sobre o assunto dentro da escola.

A partir disso, pode perceber-se que as redes sociais desempenham um papel muito importante para evocar discussões acerca do feminismo, colocá-las em pauta, a fim de propiciar que as pessoas não dependam apenas de uma fonte de informação. Fica também perceptível a importância dessas redes para os debates sobre temas relevantes da sociedade, já que elas dão voz a quem normalmente não é ouvido e, assim, possibilitam que mais pessoas se insiram em movimentos sociais.

Em seu livro *A galáxia da Internet* (2003), Castells sugere que a Internet não alterou as relações sociais, mas criou novos padrões; desse modo, são necessários novos conceitos para analisar a comunicação e a relação dos indivíduos atualmente. A Internet gerou novos padrões de interação social, por exemplo, na veiculação de notícias, pois a dinâmica temporal acelerou e a volatilidade da notícia se tornou muito grande: agora, em uma questão de horas, e não de dias, a notícia pode ficar desatualizada. As relações entre os indivíduos são mais frágeis, rompem-se mais rápida e facilmente; elas são líquidas, como defende Bauman (2001); a forma como os indivíduos se ligam na Internet é mais fluida e menos sólida. A Internet reinventou a noção de localidade, criando um processo de encurtamento do espaço físico, e, como consequência, reinventou também a noção de sociabilidade, com a possibilidade de indivíduos espacialmente distantes se relacionarem. Castells (2003) também suscita um questionamento a respeito da possível alienação do mundo real, uma vez que os novos padrões de comportamento parecem trazer relações mais frias.

O termo Cibercultura é importante para entender toda a mudança social que a rede/Internet trouxe. A respeito da Cibercultura, Lévy (2010) traz a ideia de Interconexão: a ideia de que a conexão de indivíduos no “mundo físico” é diferente daquela do “mundo digital”. Um texto que se publica em uma mídia social atinge

diferentes pessoas e interconecta os indivíduos. Nas comunidades virtuais, dentro do ambiente *online*, a forma de escrita, a gramática, os termos e as gírias são específicos, o que faz surgir uma cultura também específica nesse meio. Lévy (2010) também trabalha o termo Inteligência Coletiva, que se refere a uma situação na qual todos os indivíduos são membros criativos, que se agregam no processo de geração de conhecimento, na partilha de experiências e nos debates, formando uma rede de inteligência coletiva. Mas, nesse contexto, também é possível, por exemplo, criar *fake news* e influenciar muitas pessoas a partir de informações falsas. Assim, o conceito de inteligência coletiva não significa um compromisso com a verdade, mas diz respeito apenas à criação de ideias.

Portanto, podemos entender que a Cibercultura cria uma vida em rede, um novo espaço físico não palpável onde interações acontecem. A vida em rede não necessariamente cria uma nova sociedade, mas produz novos padrões de comportamento. Esses padrões mudam, mas as regras sociais e a moralidade continuam existindo.

### *1.2.2 O uso de hashtags para engajamentos sociais*

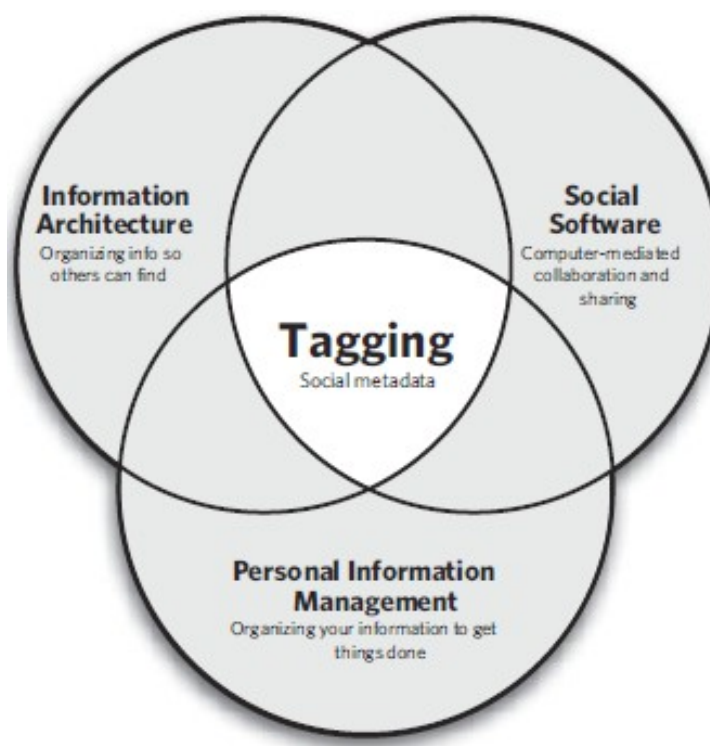
Atualmente, o símbolo “#” é algo universalmente conhecido. Encontrado, por exemplo, em roupas, tatuagens e livros, ele representa um modo de comunicar um discurso e, na Internet, é utilizado nas redes sociais como forma de organizar a informação, engajar debates, protestos políticos e sociais, sugerir assuntos e categorizar conteúdos. O uso de *hashtags* é algo muito comum no ambiente digital nos dias atuais; esse símbolo influenciou a maneira como se usa a linguagem e como são criados os coletivos dentro das plataformas de relacionamento na Web.

A primeira vez em que o símbolo “#” foi utilizado na Internet com a função empregada atualmente foi em 2007, pelo então estudante de designer de comunicação Chris Messina. Em outubro desse mesmo ano, incêndios florestais assolavam San Diego, nos Estados Unidos, e as pessoas que falavam sobre o assunto nas redes sociais utilizavam o *slogan* “SanDiegoFire”. Messina, então, começou a empregar a *hashtag* #SanDiegoFire e a incentivar outros utilizadores a fazerem o mesmo. Dessa maneira, o Twitter passou a rastrear o uso das *hashtags* e a promover uma plataforma temática, em vez de uma plataforma orientada pelos autores dos tuítes (Bernard, 2019, p. 12).

Nos séculos XIX e XX, para Bernard (2019, p. 27), “o símbolo # possuía apenas um papel de funcionalidade, mas atualmente, no ambiente digital e principalmente nas redes sociais, este símbolo não possui um significado semântico, mas é um comando da rede de Internet, parte de um símbolo de discurso coletivo, indicando temas e palavras-chave no ambiente Web”.

Para Smith (2008), o *tagging* ou “tagar”, ato de atribuir uma *tag*, acontece a partir da confluência de três perspectivas: a da Arquitetura da Informação, a do *Software Social* e a do Gerenciamento de Informação Pessoal, como visto na figura abaixo:

Figura 1 – *Tagging*



Fonte: Smith, 2008.

Nessa concepção de *tagging*, para Smith (2008), a Arquitetura da Informação (Information Architecture) representa a estrutura, a maneira como a informação é compartilhada e comunicada dentro dos ambientes *online*, isto é, a perspectiva de criar uma *tag* como forma de compartilhar informação. O viés de *Software Social* (Social Software) mostra-se como o uso da *tag* para organizar a informação, a fim de que esse símbolo possa ser empregado como forma de comunicação, já que poderá ocorrer a

comunicação a partir desse uso e do modo como as *tags* estão organizadas; com isso, é possível recuperar informação de interesse do utilizador e interagir com outros utilizadores que possuam os mesmos interesses. Por fim, o Gerenciamento de Informação Pessoal (*Personal Information Management*) se refere ao uso das *tags* como forma de criar uma coleção de itens de interesse através do processo de “tagar”, para que, assim, o utilizador monitore assuntos de seu interesse e se mantenha informado sobre eles.

As *tags* não devem ser confundidas com o que conhecemos, dentro da organização da informação, como palavras-chave. Em seu estudo, Bernard (2019) pontua três principais diferenças entre palavras-chave e *tags*. A primeira diz respeito a como elas são criadas: as palavras-chave são criadas por profissionais e seguem regras; já as *hashtags* podem ser atribuídas da maneira como o utilizador achar melhor, não havendo hierarquias de vocabulário. Em seguida, temos o objetivo para o qual são criadas: as palavras-chave representam, de forma sucinta e através de palavras, o substrato do conteúdo de uma obra; já a *hashtag* é a razão para que a postagem do utilizador exista – a *tag* passa a ser o “motivo” ou a publicação principal, ou seja, o tuíte poderia nunca ter existido, se não houvesse a inspiração por parte da *hashtag*. Por último, temos a maneira como a palavra-chave se relaciona com a obra: ela não faz parte da obra, é uma ferramenta de recuperação da informação; já uma *hashtag* faz parte do tuíte, faz parte da publicação, e as *tags* podem, inclusive, estar gramaticalmente inseridas nas sentenças.

É possível perceber que, além de ser uma forma de organizar e de recuperar a informação no ambiente *online*, as *tags* possuem outras funcionalidades, como a da comunicação. Nesse caso, as *tags* representam um símbolo de discursos, uma forma de expressão, pois elas carregam consigo um significado cultural e até social, e o uso de uma delas pode representar o posicionamento de um indivíduo dentro do debate social.

Na obra *Redes de Indignação e Esperança* (2013), Castells discorre sobre inúmeros e importantes movimentos sociais que tiveram como ponto em comum a organização a partir das redes sociais. Essa nova forma de movimento – que se apoia nas redes sociais como um ambiente de discussão, de disseminação de informação e de organização – é uma característica da última década, quando o uso das plataformas digitais teve um grande crescimento.

Por exemplo, a *tag* #sidibouziid foi utilizada nas redes sociais durante os protestos na Tunísia conhecidos como Primavera Árabe. A *tag* #occupywallstreet foi utilizada nos Estados Unidos durante as manifestações contra o descaso do governo com os cidadãos em meio à crise econômica vivida no país. A *tag* #democraciarealya foi utilizada na Espanha durante as manifestações de insatisfação da população com a inércia do governo diante do alto número de desempregados no país.

O que todos esses acontecimentos tiveram em comum foi o massivo uso das redes sociais como forma de organização das pessoas. Os movimentos nasceram a partir dos anos 2010, em meio a debates que eclodiram em grupos no Facebook; foram engajados e disseminados pelas *hashtags* no Twitter; ganharam proporções nacionais e motivaram as pessoas a irem juntas às ruas. Todos esses movimentos tiveram como característica uma hierarquia horizontal: não possuíam um líder nem o envolvimento de partidos políticos ou de organizações, mas sim foram realizados pelos próprios cidadãos, indignados com o descaso de seus representantes. Outro ponto importante ligado a esses movimentos foi a inércia dos meios tradicionais de difusão de informação na propagação de notícias sobre os atos: os canais de televisão e as estações de rádio pouco falavam do assunto; foi dentro da Internet que os movimentos cresceram. As redes sociais propiciaram uma maior autonomia da população na forma de se expressar e de debater os problemas sociais, pois, diferentemente da televisão – um canal de informação no qual o público é apenas telespectador –, nas redes sociais, o público é o ator, recebe, produz e dissemina informação.

A partir do exposto, é possível afirmar que, muito mais que representarem uma maneira de recuperar informação, as *tags* desempenham um papel social muito relevante. Uma *hashtag* pode levar consigo um significado forte, que possui uma representatividade e uma significância global, podendo envolver toda uma população em um debate em comum. As pessoas passam a ter cada vez mais autonomia, mais voz dentro da sociedade. Indivíduos que, por muito tempo, viveram à margem da sociedade passam a ter voz, lugar de discussão; agora, todos podem ser ouvidos.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia é uma forma de orientar e padronizar as pesquisas científicas, para que elas sejam válidas e tragam à luz – por meio de técnicas e procedimentos – conhecimentos embasados e credíveis. O termo “metodologia” vem do grego e é composto por “*meta*” (ao largo), “*odos*” (caminho) e “*logos*” (discurso). Assim, se entendermos a pesquisa como a distância entre o ponto A e o ponto B, a metodologia seria o caminho a percorrer para chegar ao destino almejado, e as técnicas corresponderiam às formas como esse caminho seria percorrido.

Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 16), pode compreender-se a metodologia:

[...] como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. A Metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação.

Nesta pesquisa, o local de estudo é a plataforma da rede social Twitter, e o objeto de estudo é constituído pelos tuítes com a *hashtag* “#meuprimeiroassedio”.

Neste estudo, foram empregados dois métodos de levantamento de dados, em dois momentos distintos. Em um primeiro momento, foi adotada a pesquisa bibliográfica, com a utilização de material já publicado, como revistas, jornais, teses, dissertações, livros e anais de eventos científicos, com o objetivo de desenvolver um arcabouço teórico sobre assuntos coerentes com a proposta da pesquisa. Em um segundo momento, foi utilizada a análise documental (já que os tuítes foram considerados como objetos informacionais), bem como a netnografia, a fim de se levantarem informações presentes na plataforma Twitter.

A netnografia é um método de estudo originado do campo da Antropologia, mais especificamente, da etnografia, na qual o pesquisador observa e estuda as culturas e os comportamentos de grupos sociais em locais geograficamente determinados (Corrêa, Rozado, 2008, p. 3). Assim, a netnografia não deve ser entendida como um método de estudo completamente novo, mas sim como uma adaptação de um método, de acordo com as mudanças sociais, pois, com o massivo aumento das interações em

comunidades virtuais, o ambiente cibernético tornou-se um local de estudos etnográficos, ou seja, de netnografia.

A maneira como o pesquisador se porta em um estudo netnográfico é variável: ele pode assumir uma postura apenas de observador ou uma de observador participante, mas mantendo sempre o objetivo de analisar a maneira como as interações são feitas, bem como as suas características sociais (Amaral, Viana, 2008, p. 37). No presente estudo, entende-se que a pesquisadora ocupa uma posição entre a de observador participante e a de observador não participante, uma vez que utiliza a rede social, mas não participa dos engajamentos da *tag* objeto de estudo da pesquisa.

O objeto de estudo da netnografia é a forma como as interações sociais ocorrem, os significados sociais e culturais que carregam, e não propriamente o seu conteúdo (Corrêa, Rozado, 2008, p. 5). Podemos identificar isso na pesquisa, quando se percebe que uma *tag* não é apenas uma palavra-chave, mas pode significar uma opinião, ou até mesmo uma forma de protesto.

A técnica que permite a recolha dos dados pode ser identificada como observação não participante, a partir do princípio de que os indivíduos da pesquisa não sabem que estão sendo observados. Dessa forma, não há interferências por parte do investigador, e, ao mesmo tempo, o pesquisador que observa não integra o grupo que está sendo observado, não faz parte do fenômeno social em questão.

Após críticas do existencialismo, passou-se a entender a ciência como subjetiva. Essas críticas eram centradas no facto de a ciência pautar-se apenas na perspectiva quantitativa, que defenderia a ideia de que o comportamento humano é regido por leis e recusaria a noção de que o indivíduo é autônomo. Dessa forma, iniciam-se os debates sobre a pesquisa qualitativa, entendida como a investigação que utiliza palavras para descrever os fenômenos, e não números e medidas, como a quantitativa (Coutinho, 2015, p. 15). Nesta pesquisa, foi observado o comportamento de indivíduos dentro de um grupo social, bem como as suas interações. Identifica-se, portanto, o viés qualitativo da pesquisa, visando uma dimensão interpretativa da realidade.

Na presente pesquisa, a análise de conteúdo também foi utilizada como método de análise dos dados levantados nos tuítes com a *hashtag* #meuprimeiroassedio. Esse é um método da investigação social para analisar dados, que teve origem na Primeira Guerra Mundial, servindo como instrumento de análise de propaganda política. Depois,

ele foi empregado também na Segunda Guerra Mundial, a fim de monitorar propagandas nazistas nos meios de comunicação.

O principal objetivo dessa análise é organizar os conteúdos em categorias, para, então, retirar as ideias principais desses conteúdos. Também é possível desenvolver subcategorias – como foi feito na presente pesquisa –, bem como produzir um código para a identificação de cada uma delas. O procedimento de categorização, na análise de conteúdo, pode ser aberto, fechado ou misto. Nesta pesquisa foi utilizado a análise aberta, que acontece quando as categorias são criadas *depois* da análise do conteúdo; é fechado, quando elas são criadas *antes* da análise; ou misto, quando elas são criadas *antes e depois* da análise (Amado, 2014, p. 315).

Na análise de conteúdo, trabalha-se com a organização de dados, por meio da utilização de categorias, a fim de se encontrarem padrões e a se definirem aspetos. Dessa forma, é extraído conhecimento para a tomada de decisões.

Nesta pesquisa, também é utilizada a perspectiva quantitativa, pois os dados recolhidos da plataforma Twitter geraram gráficos e números que possibilitaram uma visualização geral dos comportamentos. Consequentemente, houve a possibilidade de comparação e de análise de fenômenos, ou seja, a análise dos factos e dos fenômenos observáveis e passíveis de serem medidos, comparados e relacionados. As pesquisas quantitativas normalmente visam ao desenvolvimento de generalizações que contribuam para aumentar o conhecimento sobre fenômenos; neste caso, fenômenos sociais (Coutinho, 2015, p. 15).

A pesquisa, a fim de analisar o uso da *hashtag* #meuprimeiroassedio, levou em conta um dos diferenciais da folksonomia – o grande envolvimento do utilizador –, bem como o viés colaborativo que as *tags* possibilitam e a interação entre conteúdos e utilizadores.

O facto que desencadeou o surgimento dessa *tag* ocorreu em outubro de 2015, quando Valentina Schulz, uma menina de 12 anos, participante do programa MasterChef Júnior Brasil, foi alvo de comentários sexualizados por parte de telespectadores. Esse episódio causou uma grande movimentação de diversos coletivos feministas e levantou discussões sobre a mulher na sociedade, a sexualização infantil e o assédio sexual durante a vida.

O Think Olga é uma organização não governamental cuja missão é “sensibilizar a sociedade para as questões de gênero e intersecções, além de educar e instrumentalizar pessoas que se identifiquem como agentes de mudança na vida das mulheres”<sup>3</sup>. Essa organização atua de forma a oferecer apoio a mulheres vítimas de todo tipo de abuso; visa acolher mulheres e crianças em situação de vulnerabilidade; procura dar voz a pessoas que às vezes não são ouvidas; e busca levantar debates sobre políticas públicas que ajudem essas mulheres a buscar uma vida melhor. A partir do episódio envolvendo Valentina, o Think Olga lançou, em outubro de 2015, a *hashtag* #meuprimeiroassédio, convidando as pessoas em geral (não apenas mulheres) a falarem sobre assédios e situações desconfortáveis que já tiveram que enfrentar em suas vivências, no local de trabalho, na universidade, na escola ou mesmo dentro de casa.

A proposta deste trabalho foi analisar o uso dessa *hashtag* lançada pelo coletivo Think Olga. A análise centrou-se apenas na plataforma Twitter, no período entre outubro/2015 e dezembro/2015. Assim, foi possível analisar o poder de engajamento das *hashtags* (ou seja, a influência da folksonomia como uma ferramenta de debate social), além da capacidade de interação que a indexação colaborativa apresenta.

A coleta de dados (tuítes) dentro da plataforma do Twitter seguiu alguns critérios para controlar o que seria analisado, como os seguintes:

- a) Foi limitada a cronologia de dados coletados: de outubro a dezembro de 2015;
- b) Foi criada uma conta específica no *Twitter* para realizar a busca, pois, se a conta da pesquisadora fosse utilizada, poderia haver a influência de algoritmos, devido a preferências e interações nessa conta pessoal;
- c) Foi feita uma planilha para a organização dos dados, que foram separados por data, categoria do utilizador e da postagem.

Após terem sido recolhidos, os dados foram categorizados a partir do tipo de postagem e do tipo de utilizador, e as categorias foram sendo adequadas durante a pesquisa, de acordo com a demanda dos conteúdos.

3 Informação do site Think Olga, disponível em: <https://thinkolga.com/quem-somos/>. Acesso em: 6 de fevereiro de 2021.

### 3. ANÁLISE DOS DADOS

Como já citado, a recolha dos dados como insumo para a análise foi feita através da pesquisa de uma *hashtag* específica dentro da rede social Twitter. Para compreender melhor o contexto da pesquisa, é apresentado nessa seção uma contextualização sobre o assédio no Brasil e o uso das redes sociais no mesmo. Para então, ao fim apresentar os resultados da recolha dos tuítes e como se procedeu este processo.

#### 3.1. O contexto do assédio no Brasil

Antes de analisar e visualizar o resultado da recolha e da categorização das postagens com a *hashtag* #meuprimeiroassedio, que são a base para as conclusões da pesquisa, é importante contextualizar a situação da violência e do abuso da mulher no Brasil. Assim, é estabelecido um ponto de partida para a comparação do que foi levantado com a pesquisa.

A violência contra a mulher é algo tão enraizado na cultura machista em que se insere a sociedade atual que foi necessária a criação de dispositivos legais específicos a fim de diminuir os crimes contra as mulheres.

O primeiro dispositivo legal, e um dos mais importantes, foi a criação, em 2006, da Lei nº 11.340<sup>4</sup>, mais conhecida popularmente como Lei Maria da Penha. O texto dessa lei tem como objetivo “Criar mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher, [...] Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher”. Essa lei foi criada como forma de compensar todos os anos de descaso do governo diante da violência contra a mulher. Ela foi inspirada no caso de violência sofrido por Maria da Penha, farmacêutica bioquímica. Em 1983, seu marido, depois de anos de violência doméstica, cometeu uma dupla tentativa de homicídio: primeiramente, atirou na vítima, o que a levou a perder o movimento das pernas; dias depois, tentou electrocutá-la. Desde então, Maria da Penha busca divulgar sua história e ajudar outras pessoas. Com outras mulheres, criou o Instituto Maria da Penha<sup>5</sup>, que busca apoiar as mulheres e incentivá-las a lutarem contra a violência de gênero no país.

4 Lei nº 11.340, disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Lei/L11340.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11340.htm). Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

5 Instituto Maria da Penha, disponível em: <https://www.institutomariadapenha.org.br/>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

Em março de 2015, foi sancionada no Brasil a Lei nº 13.104,<sup>6</sup> com a finalidade de, observando o texto da lei, “prever o feminicídio como circunstância qualificadora do crime de homicídio [...], para incluir o feminicídio no rol dos crimes hediondos”. Esse dispositivo legal busca aplicar um agravo na pena aos crimes praticados contra a mulher em razão apenas de sua condição de gênero, o que é um avanço em termos legais. O preocupante, porém, é pensar: por que essa lei é necessária?

Desde 2012, é publicado no Brasil anualmente o *Mapa da Violência*, que aborda questões de gênero, devido ao grande número de crimes relacionados a esse aspecto no país. De acordo com o *Mapa da Violência* (Waiselfisz, 2015, p. 6), sua criação tem como objetivo:

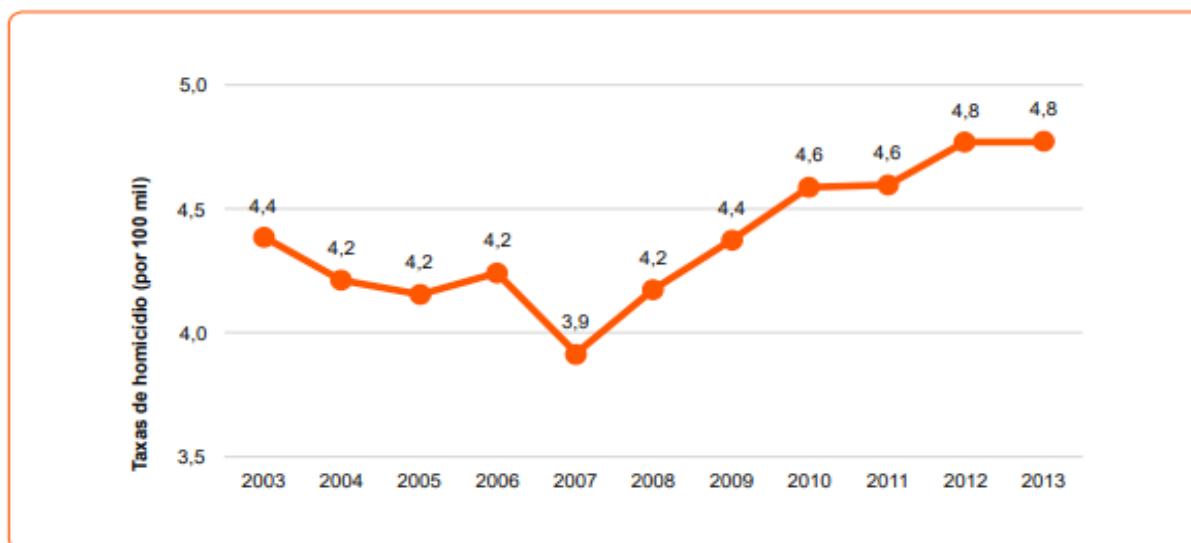
[...]subsidiar uma discussão necessária, imprescindível, por parte da sociedade civil, dos aparelhos do Estado, dos movimentos sociais, das organizações de direitos humanos, dos operadores da lei, sob a única premissa de que o direito à vida é um bem fundamental, sem o qual nenhum outro direito é possível. Preservá-lo é nossa obrigação.

É importante salientar a definição de feminicídio. De acordo com a Lei nº 11.340, ele pode ser entendido como todo e qualquer tipo de agressão que envolva violência doméstica e familiar, menosprezo ou discriminação à mulher, devido à sua condição de ser do sexo feminino.

No *Mapa da Violência* de 2015, foram apresentados importantes gráficos a respeito do crescimento das taxas de homicídio de mulheres entre os anos de 2003 e 2013. Podemos observar, na Figura X, que, mesmo com a criação da Lei Maria da Penha em 2006, os casos continuaram crescendo.

6 Lei nº 13.104, disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/113104.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113104.htm). Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

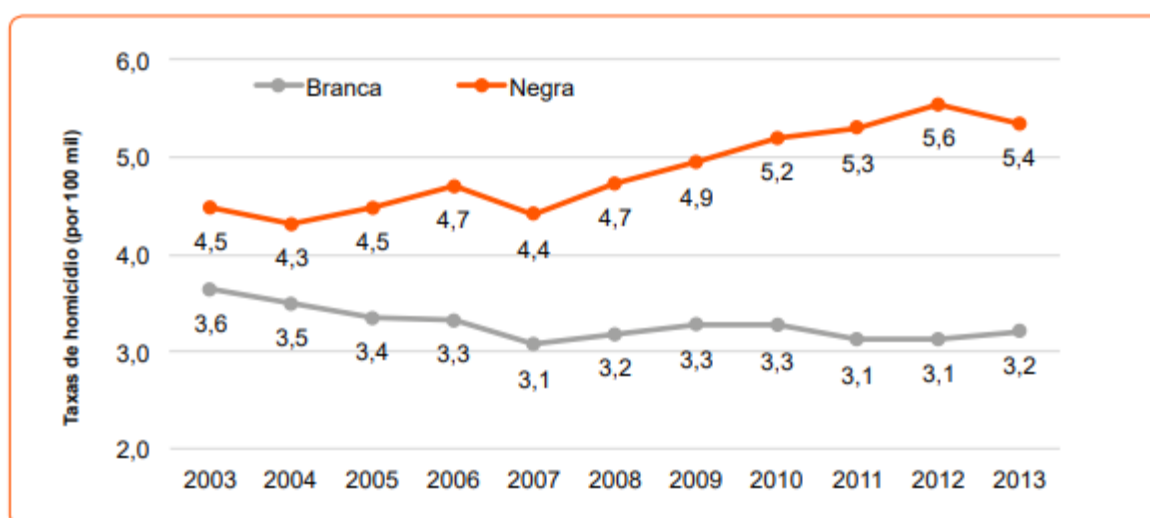
Figura 2 – Evolução das taxas de homicídio de mulheres de 2003 a 2013 (por 100 mil)



Fonte: Waiselfisz, 2015.

Outro ponto a se destacar é o facto de que, dentro da categoria “mulher”, ainda existe a subdivisão entre mulheres negras e brancas. Como pode ser observado na Figura Y, as mulheres negras sofrem mais com a violência.

Figura 3 – Evolução das taxas de homicídio de mulheres brancas e negras (por 100 mil)



Fonte: Waiselfisz, 2015.

Na figura acima pode também ser observada uma queda na taxa de homicídios de mulheres brancas: de 3,6 em 2003, para 3,2 em 2013. Por outro lado, a taxa relativa às mulheres negras sofreu um aumento: de 4,5 em 2003, para 5,4 em 2013.

Há, ainda, a comparação, fornecida pela Organização Mundial da Saúde, dos números de homicídios de mulheres no Brasil em relação a outros 83 países. Nessa comparação, o Brasil ocupa a 5ª posição, com uma taxa 48 vezes maior que a do Reino Unido; 24 vezes maior que a da Irlanda ou a da Dinamarca e 16 vezes maior que a do Japão ou a da Escócia. A Figura 4 mostra os 10 países com as maiores taxas.

Figura 4 – Taxa de homicídio de mulheres no Brasil em relação a outros países

País	Ano	Taxa	Pos
El Salvador	2012	8,9	1º
Colômbia	2011	6,3	2º
Guatemala	2012	6,2	3º
Federação Russa	2011	5,3	4º
<b>Brasil</b>	<b>2013</b>	<b>4,8</b>	<b>5º</b>
México	2012	4,4	6º
Rep. da Moldávia	2013	3,3	7º
Suriname	2012	3,2	8º
Letônia	2012	3,1	9º
Porto Rico	2010	2,9	10º

Fonte: Waiselfisz, 2015.

Outro número alarmante diz respeito às ligações à central de atendimento para mulheres, que recebe denúncias de violência. Foi divulgado um aumento de 129% no número total de relatos de violências sexuais (estupro, assédio e exploração sexual) no ano de 2015 em relação ao ano anterior, havendo uma média de 9,53 registros por dia em 2015 (Waiselfisz, 2015, p. 38).

O *Anuário Brasileiro de Segurança Pública* (Brasil, 2016, p. 38) registra 45.460 casos de estupro em 2015. Esses números são referentes a estupros de mulheres e de homens, mas, se levamos em consideração que 89% das vítimas são do sexo feminino, obtemos um número de 40.459 casos de estupro contra mulheres, enquanto 5.001 casos de estupro tiveram vítimas do sexo masculino.

Em relação ao ano de 2020, com a pandemia de Covid-19, o país, em estado de emergência, entrou em quarentena, e os números de denúncia de crimes tiveram uma redução. No entanto, isso não reflete a realidade: as mortes e agressões ligadas às mulheres, na verdade, aumentaram. A queda nos números de denúncias desses crimes indica a dificuldade encarada pelas mulheres, nesse período de quarentena, de buscar ajuda e denunciar os casos. A ONU, inclusive, realizou um conjunto de recomendações, de forma a auxiliar ações de enfrentamento à violência contra a mulher nesse período, com destaque para a necessidade de maiores investimentos em serviços de atendimento *online* (Brasil, 2020, p. 40). Tendo em vista essa discrepância dos dados com relação à realidade, seguem alguns números divulgados a respeito da violência contra a mulher, relativos apenas ao primeiro semestre de 2020: 110.791 denúncias de agressão corporal; 230.174 denúncias de ameaça; 25.469 denúncias de estupro, sendo que, em 87,17% dos casos, as vítimas eram mulheres; e, por fim, 147.379 denúncias de violência doméstica.

Com todas essas informações e todos esses números sobre a condição da mulher no Brasil – que é vítima frequente de diversos tipos de violência, apenas por sua condição de gênero –, na próxima seção, é analisada a maneira como essa situação se reflete no ativismo nas redes sociais, a partir do uso de uma *hashtag* e de sua significância.

### **3.2 O contexto do uso das redes sociais no Brasil**

A empresa We Are Social<sup>7</sup> trabalha com o gerenciamento de redes sociais e realiza relatórios anuais sobre o uso de Internet, de sites e de redes sociais da população mundial. Para contextualizar os dados sobre a *hashtag* desta pesquisa, foram observados recortes desse relatório dos anos 2015 e 2020. Abaixo, é possível averiguar alguns números sobre o comportamento digital das pessoas que vivem no Brasil.

O primeiro relatório analisado, publicado em janeiro de 2016, é referente ao ano de 2015. Esse relatório aborda diversos aspectos do uso da Internet e dos seus utilizadores, mas os dados mais relevantes para esta pesquisa são os seguintes: o número de habitantes no Brasil (208,7 milhões); o número de utilizadores da Internet (120,2 milhões); o número de utilizadores de redes sociais (103,3 milhões); o tempo médio

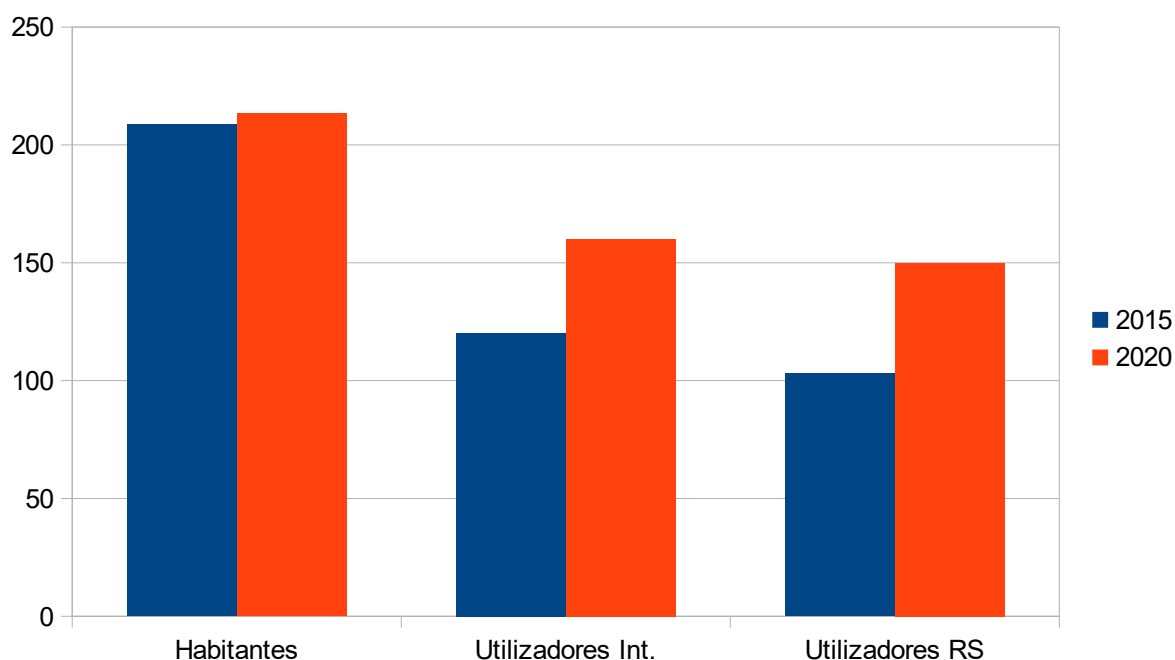
<sup>7</sup> We Are Social (2021). Disponível em: <https://wearesocial.com/>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2021.

gasto em redes sociais por utilizador diariamente (3 horas e 18 minutos); e a posição do Twitter entre as redes sociais mais utilizadas (7.<sup>a</sup> posição).

No segundo relatório analisado, publicado em janeiro de 2021 e referente ao ano de 2020, os dados mais relevantes são: o número de habitantes no Brasil (213,3 milhões); o número de utilizadores da Internet (160,0 milhões); o número de utilizadores de redes sociais (150,0 milhões); o tempo médio gasto em redes sociais por utilizador diariamente (3 horas e 42 minutos); e a posição do Twitter entre as redes sociais mais utilizadas (6.<sup>a</sup> posição).

É possível constatar que todos os números aumentaram de 2015 para 2020. A fim de se visualizarem mais claramente os dados, encontra-se abaixo um gráfico que compara alguns desses números.

Gráfico 1 – O uso da Internet: comparação entre os anos de 2015 e 2020 (em milhões)



Fonte: Elaborado pela autora.

É possível identificar um aumento de 2,60% no número de habitantes, de 14,88% na quantidade de indivíduos utilizadores de Internet e de 31,20% de utilizadores de redes sociais. Além disso, ocorreu um aumento de 24 minutos no tempo médio gasto

pelos utilizadores, por dia, nas redes sociais, bem como um aumento do uso da rede social Twitter, que passou da sétima para a sexta plataforma mais utilizada no país.

Enquanto o número de habitantes teve um pequeno aumento, o número de utilizadores de Internet cresceu muito, e o de utilizadores de redes sociais, mais ainda. Os dados mostram que muitas pessoas passaram a utilizar as redes sociais, interagindo nesse ambiente digital e participando de discussões, produzindo e consumindo conteúdo e colaborando para que as redes sociais se fizessem cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas.

### **3.3 Recolha dos dados da *hashtag* #meuprimeiroassedio**

Na elaboração da busca, foi utilizado o recurso de pesquisa avançada dentro da plataforma. Os campos preenchidos para o refinamento de pesquisa foram os seguintes: *These hashtags* – “#meuprimeiroassedio”; *Language* – “Portuguese”; e *Dates* – “01 de outubro de 2015 a 01 de janeiro de 2016”. É importante destacar que, neste estudo, não foram pesquisadas outras variações da *hashtag*, como, por exemplo, #omeuprimeiroassedio, tampouco houve a preocupação com erros gramáticas na escrita, com diferenças entre maiúsculas e minúsculas ou ainda com o uso de acentuação gráfica.

As postagens foram categorizadas de acordo com a avaliação do seu conteúdo, com a ideia que o utilizador expressava a respeito do movimento “meu primeiro assédio”. Assim, atendendo a essa necessidade, foram criadas seis categorias.

A primeira categoria é “Depoimento”. Simbolizada apenas pela letra “D”, ela diz respeito à ocasião em que a pessoa relata ou admite que já sofreu o abuso e partilha o acontecido (ou apenas o reconhece).

A segunda categoria é “Crítica Positiva”. Simbolizada pelas letras “CP”, ela é a expressão de uma opinião positiva sobre o movimento e sobre o uso da *hashtag*. Às vezes, o comentário em si pode parecer negativo, pois a pessoa expressa sentimentos negativos por saber que o movimento está expondo uma realidade que existe, mas, por esse motivo, entende-se que o utilizador compreende a demanda da *hashtag* e concorda com o uso dela.

A terceira categoria, com significado inverso ao da “CP”, é “Crítica Negativa”. Simbolizada pelas letras “CN”, ela representa a situação em que o utilizador emprega a *tag* “#meuprimeiroassedio” como forma de negar a necessidade do movimento, ou de deslegitimar os depoimentos e as críticas positivas.

A quarta categoria é “Informação de Cunho Positivo”. Simbolizada pelas letras “IP”, ela se refere a quando os utilizadores divulgam *links* de notícias, de blogs, de pesquisas ou de outros sites de fora da plataforma com um viés positivo e de apoio ao movimento levantado pelo uso da *hashtag*.

A quinta categoria é “Informação de Cunho Negativo”. Simbolizada pelas letras “IN”, e ao contrário da quarta categoria, refere-se a utilizadores que divulgam notícias com viés negativo em relação ao movimento e ao uso da *hashtag* em questão.

A sexta e última categoria é “Ironia”. Simbolizada por “Ir”, ela se refere a quando utilizadores externalizam a sua crítica negativa através de piadas, ironias e deboches sobre o abuso sexual e as suas vítimas. A Tabela 1 ilustra a categorização utilizada.

Tabela 1 – Categorização dos tuítes *#meuprimeiroassedio*

<b>Blocos</b>	<b>Categorias</b>	<b>Definição</b>
Positivo	Depoimento	Frases em primeira pessoa que relatam um ou mais acontecimentos identificados pelo utilizador como assédio.
	Crítica Positiva	Opinião que reconhece a necessidade e/ou a importância do movimento, demonstrando empatia pelas vítimas de assédio.
	Informação de Cunho Positivo	Compartilhamento de <i>links</i> de notícias a respeito do movimento e do uso da <i>hashtag</i> , em contexto positivo.
Negativo	Crítica Negativa	Opinião que não percebe a necessidade e/ou a importância do movimento e que o vê, portanto, como desnecessário.
	Informação de Cunho Negativo	Compartilhamento de <i>links</i> de notícias a respeito do movimento e do uso da <i>hashtag</i> , em contexto negativo.
	Ironia	Tentativa de piada, além de comentários com teor de deboche em relação ao movimento, às vítimas de assédio e ao uso da <i>hashtag</i> .

Fonte: Elaborada pela autora.

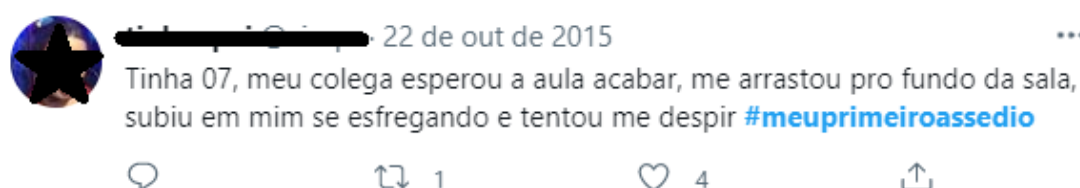
Além dessa categorização a respeito do conteúdo das postagens, também foi categorizado o tipo de utilizador que as fez. Para os fins da pesquisa, foi levado em consideração o que o utilizador da plataforma expõe sobre a sua identidade. Em alguns casos, não era possível saber essa informação. Então, o utilizador foi rotulado como “NI”, de “não identificado”, categoria que contempla as situações em que não se pôde identificar se quem realizou a postagem foi uma página de entidade, um homem ou uma mulher. Para homens, usou-se a letra “H”; para mulheres, “M”; e para perfis de páginas, como jornais de notícia, páginas de humor, entre outras, optou-se por “PG”.

É importante ressaltar que, no Twitter, até setembro de 2017, cada *post* podia conter no máximo 140 caracteres (limite que mudou para 280 após essa data). Tendo em

conta essa limitação, alguns utilizadores fizeram mais de um tuíte seguido (*thread*) para compor a sua postagem; assim, a fim de aproximar a pesquisa aos números reais, quando essa situação foi percebida, optou-se por contar esses tuítes complementares como uma única postagem. Por exemplo, um utilizador fez 4 postagens seguidas para contar um depoimento; para fins estatísticos da pesquisa, foram computados, nesse caso, 1 D e 4 tuítes.

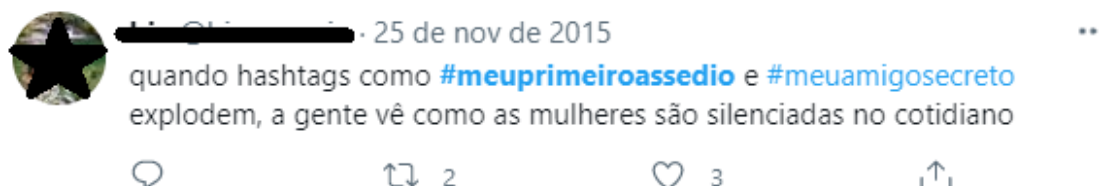
Para exemplificar o raciocínio utilizado para categorizar os tuítes, abaixo encontrar-se-á um exemplo de cada categoria de conteúdo.

Figura 5 – Tuíte categoria Depoimento



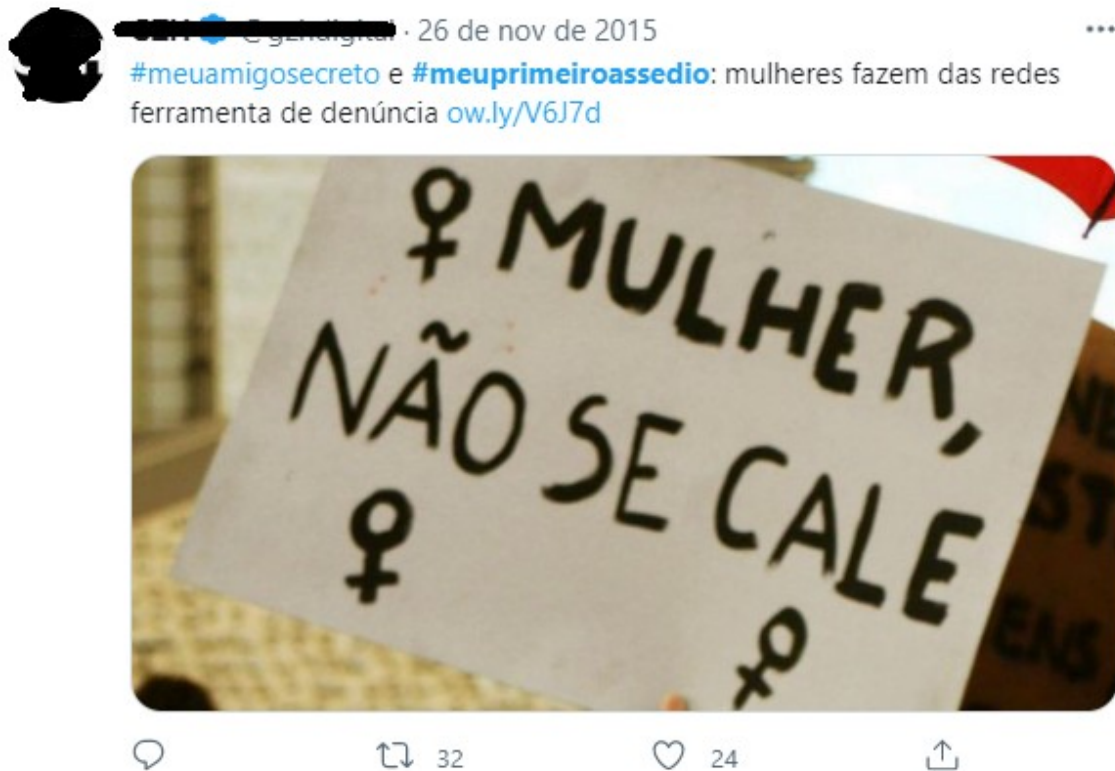
Fonte: Twitter, 2021.

Figura 6 – Tuíte categoria Crítica Positiva



Fonte: Twitter, 2021.

Figura 7 – Tuíte categoria Informação positiva



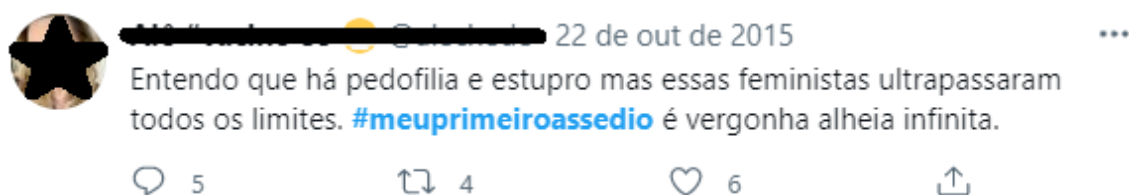
Fonte: Twitter, 2021.

Figura 8 – Tuíte categoria Informação Negativa



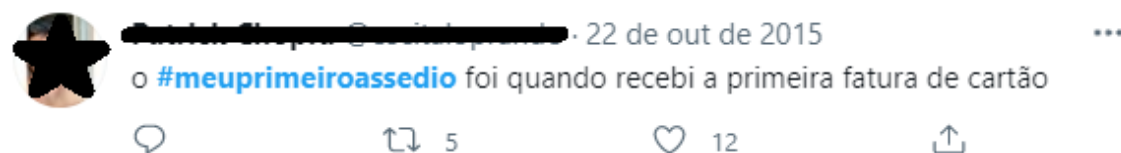
Fonte: Twitter, 2021.

Figura 9 – Tuíte categoria Crítica Negativa



Fonte: Twitter, 2021.

Figura 10 – Tuíte categoria Ironia



Fonte: Twitter, 2021.

Abaixo, encontram-se todos os dados tabulados da pesquisa. A Tabela 2 contém os dados recolhidos em outubro de 2015; a Tabela 3, os dados de novembro de 2015; e a Tabela 4, os dados de dezembro de 2015. A Tabela 5 apresenta os totais dos três meses. Em todas as tabelas, os dados estão separados por categoria e por tipo de utilizador.

Tabela 2 – Tuítes #meuprimeiroassedio - Dados de outubro de 2015

Categoria	Mulher	Homem	Não Identificado	Página	Total
D	82	1	4	0	87
CP	66	24	8	5	103
CN	4	6	0	0	10
IP	2	6	0	13	21
IN	1	0	3	0	4
Ir	5	11	4	2	22
TOTAL	160	48	19	20	247

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 3 – Tuítes #meuprimeiroassedio - Dados de novembro de 2015

Categoria	Mulher	Homem	Não Identificado	Página	Total
D	27	5	1	0	33
CP	49	22	1	7	79
CN	2	1	0	2	5
IP	21	11	0	17	49
IN	0	1	0	1	2
Ir	0	1	0	1	2
TOTAL	99	41	2	28	170

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 4 – Tuítes #meuprimeiroassedio - Dados de dezembro de 2015

Categoria	Mulher	Homem	Não Identificado	Página	Total
D	7	5	0	0	12
CP	19	2	0	3	24
CN	0	0	0	1	1
IP	5	4	0	8	17
IN	1	1	0	0	2
Ir	0	1	0	0	1
TOTAL	32	13	0	12	57

Fonte: Elaborada pela autora.

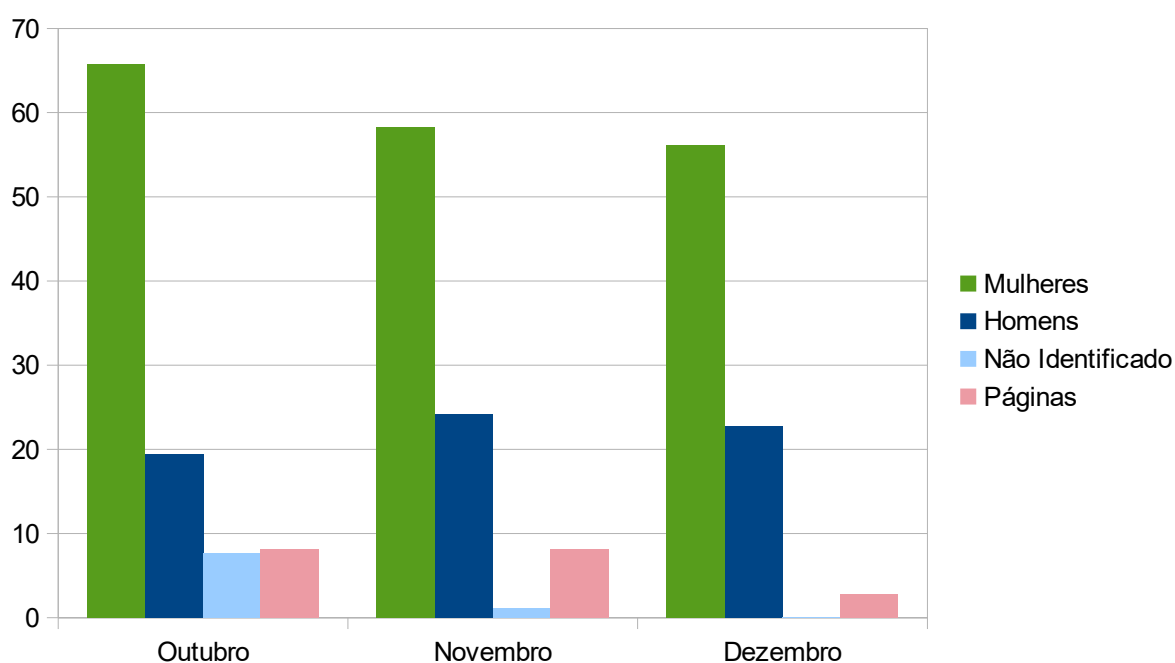
Tabela 5 – Tuítes #meuprimeiroassedio - Total dos dados de outubro, novembro e dezembro de 2015

Categoria	Mulher	Homem	Não Identificado	Página	Total
D	116	11	5	0	132
CP	134	48	9	15	206
CN	6	7	0	3	16
IP	28	21	0	38	87
IN	2	2	3	1	8
Ir	5	13	4	3	25
TOTAL	291	102	21	60	474

Fonte: Elaborada pela autora.

A seguir, encontram-se alguns gráficos que representam recortes específicos sobre a recolha de dados. Esses recortes podem explicitar e refletir alguns contextos da sociedade. O Gráfico 2 mostra a porcentagem das postagens de forma geral, divididas apenas por gênero de utilizador e separadas por mês (outubro, novembro e dezembro de 2015).

Gráfico 2 – Nível de engajamento com a *hashtag* de acordo com o tipo de utilizador (em %)



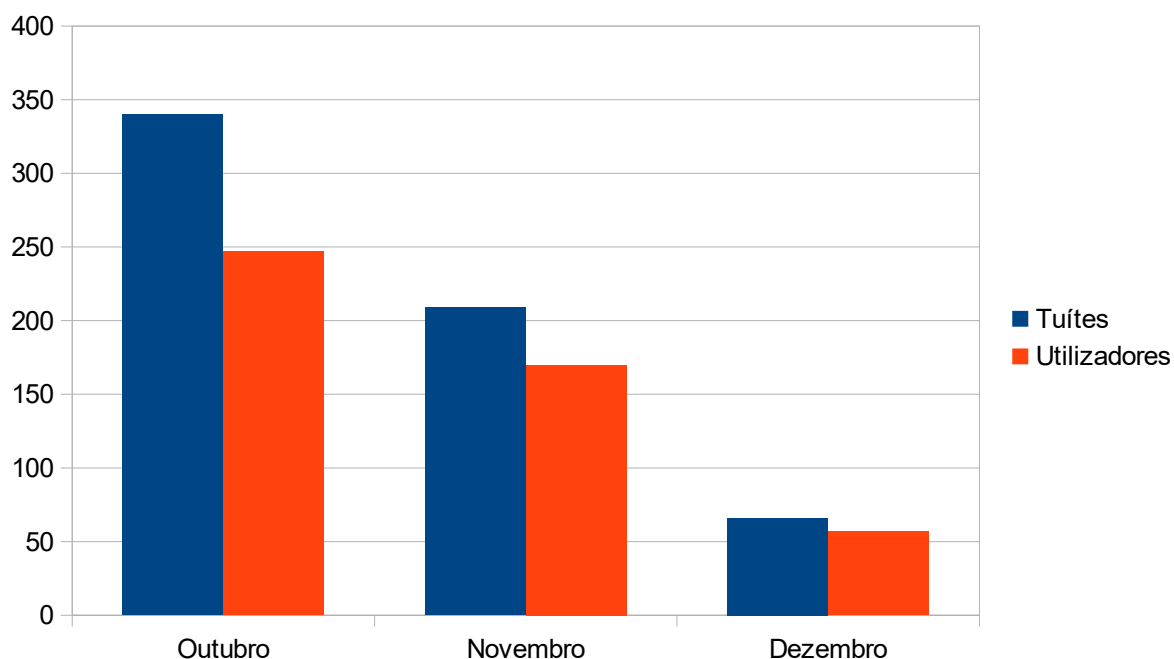
Fonte: Elaborada pela autora.

O gráfico acima evidencia a massiva participação das mulheres no movimento. De acordo com os relatos dos tuítes na recolha de dados, elas são as mais afetadas pela violência doméstica, pelo abuso sexual, físico e psicológico em seu núcleo familiar, no trabalho ou na escola.

No Gráfico 3, é possível observar um drástico declínio das postagens a cada mês. A *hashtag* começou a ser utilizada a partir do dia 15 de outubro; ou seja, esse mês foi mais curto para a recolha de dados, mas, mesmo assim, o número de postagens nele foi maior que em novembro e dezembro. Isso mostra que as notícias e os movimentos se

sucedem rapidamente no ambiente *online*, com impactos pontuais e voláteis. Nesse gráfico são mostrados o número de tuítes e o número de utilizadores que fizeram a postagem, pois, em alguns casos, um único indivíduo realizava tuítes em sequência para expressar a sua opinião ou contar a sua história.

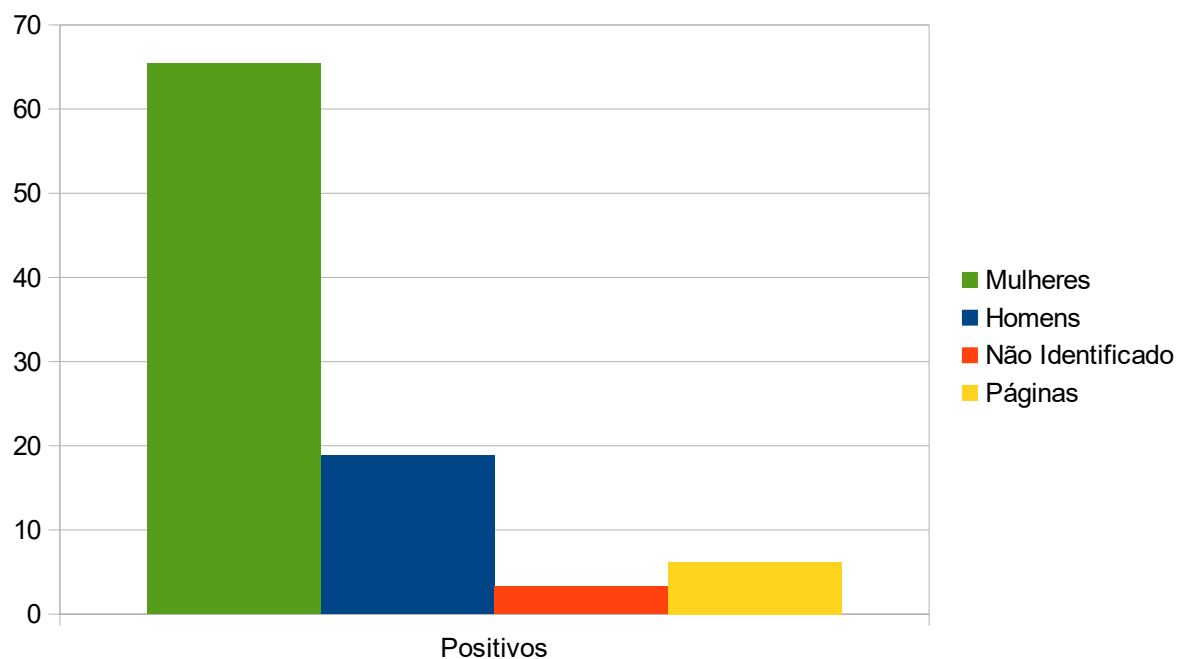
Gráfico 3 – Regularidade do engajamento com a *hashtag*



Fonte: Elaborada pela autora.

No Gráfico 4, foram analisadas as categorias entendidas como “positivas” a respeito do movimento como um todo. Nessas categorias, foram incluídos os casos em que o utilizador expressa a necessidade da existência do movimento, demonstra que se identifica com ele ou que sente empatia por quem já viveu algum tipo de abuso. Foram englobadas, assim, as categorias “Depoimento”, “Crítica Positiva” e “Informação de Cunho Positivo”. Os dados foram separados pelo gênero do utilizador que realizou a publicação.

Gráfico 4 – Categorias “Positivas” por tipo de utilizador (em %)

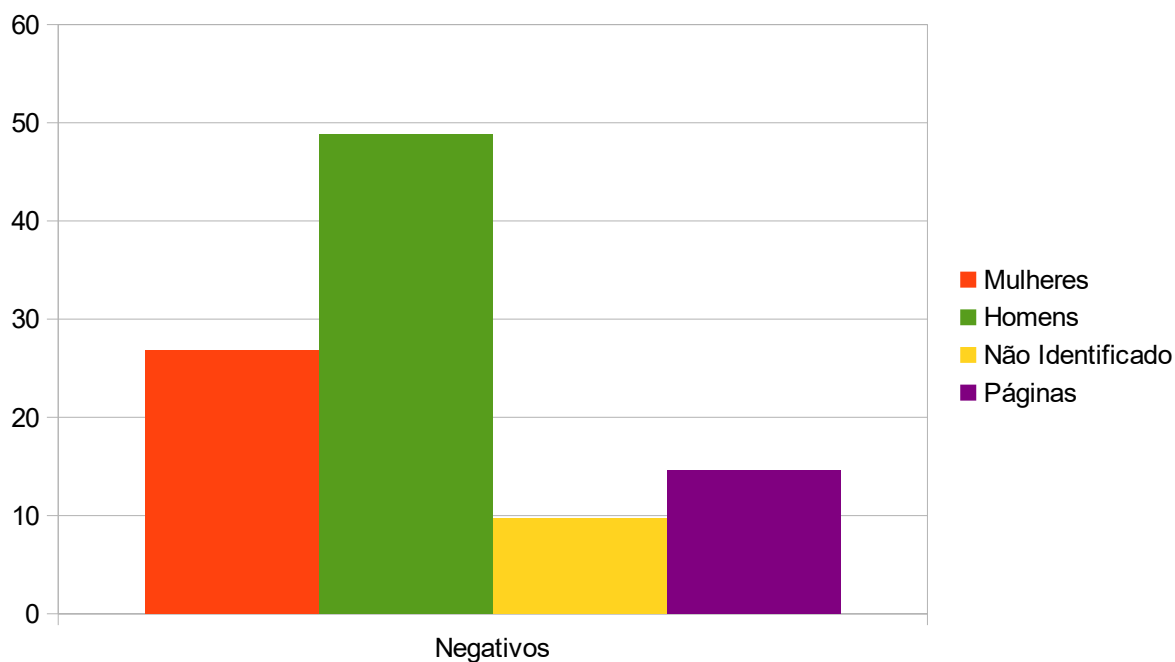


Fonte: Elaborada pela autora.

O gráfico acima revela que a maior parte das postagens que apoiam o movimento, que se identificam com ele e que veem importância na sua existência foram feitas por mulheres.

O Gráfico 5 aglutinou as categorias “Ironia” e “Crítica Negativa” em uma categoria mais ampla, chamada “Negativas”. Essa categoria reúne postagens cujos conteúdos não compactuam com o movimento, fazem piada da sua existência ou não veem utilidade nem necessidade no debate do assunto.

Gráfico 5 – Categorias “Negativas” por tipo de utilizador (em %)

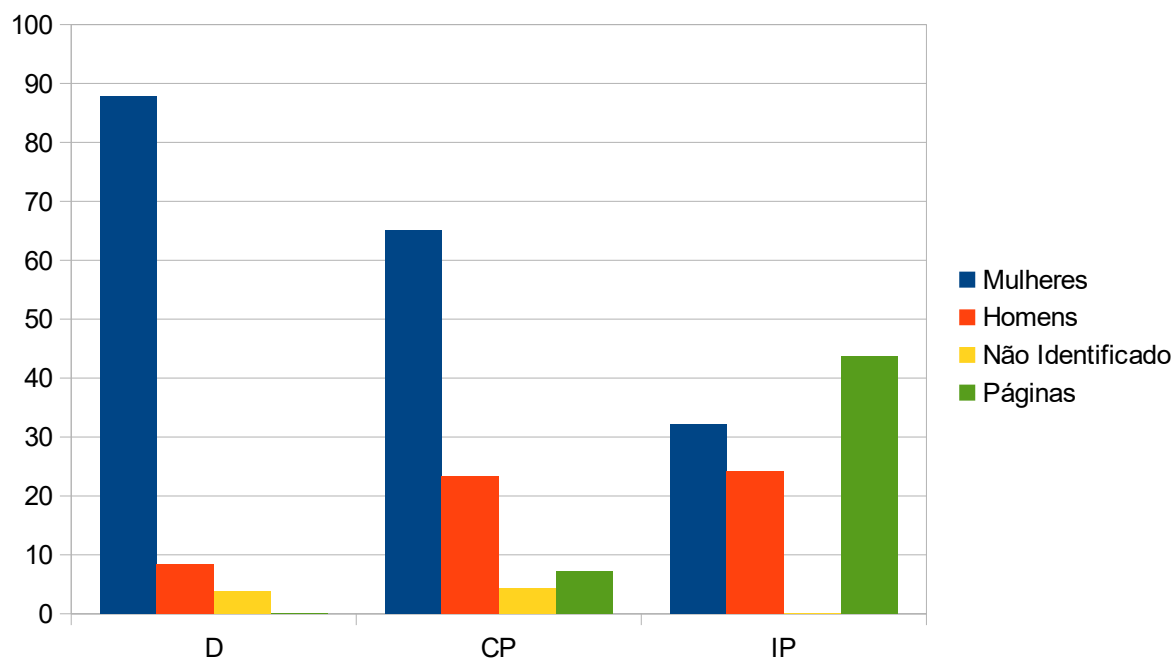


Fonte: Elaborada pela autora.

É possível perceber que, diferentemente das categorias Positivas, nas Negativas, o protagonismo das postagens é dos homens, e não das mulheres.

No Gráfico 5, foram apresentadas separadamente as categorias “Positivas”: “Depoimento” (D), “Crítica Positiva” (CP) e “Informação de Cunho Positivo” (IP). A partir disso, os utilizadores que realizaram as postagens em cada categoria foram aglutinados por tipologia de utilizador. É possível perceber que, em todas as categorias, a maioria das postagens foi feita por utilizadoras mulheres. A categoria “Depoimentos”, porém, destaca-se: nela, quase 90% das postagens foram realizadas por mulheres; logo, pode-se supor, em tese, que a maioria das pessoas que sofre abuso no Brasil são mulheres.

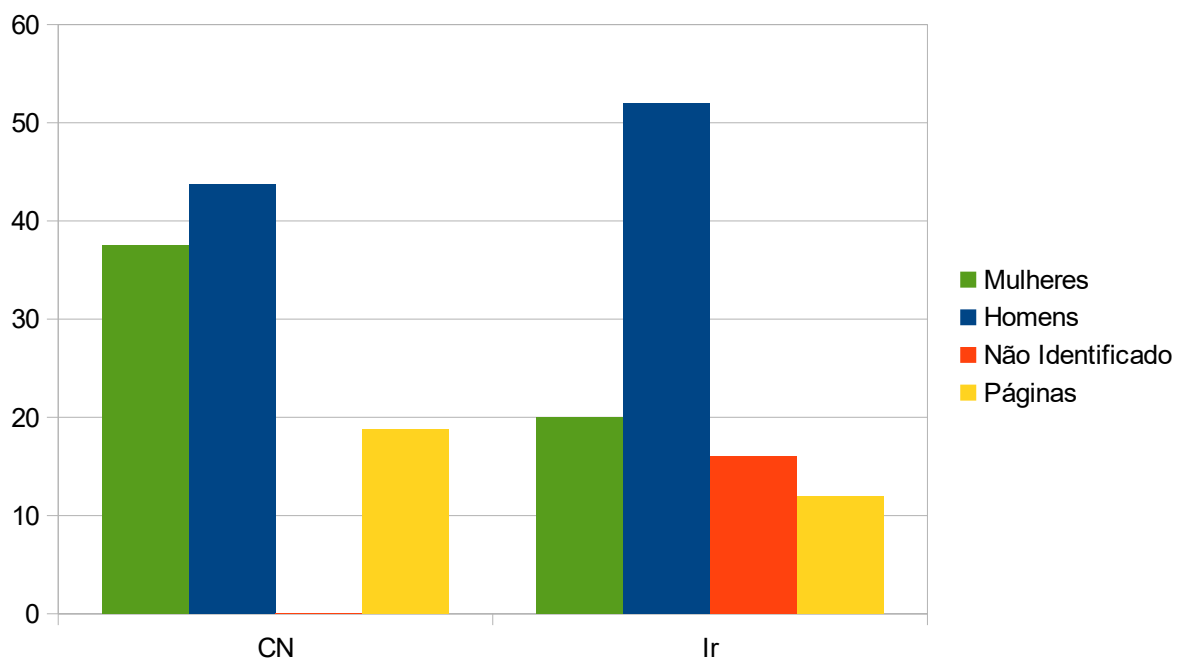
Gráfico 6 – Categorias D, CP e IP por tipo de utilizador (em %)



Fonte: Elaborado pela autora

No Gráfico 7, foram analisadas as categorias “Negativas”: “Crítica Negativa” e “Ironia”. Os dados foram aglutinados conforme a tipologia do utilizador que realizou a postagem. Dessa forma, é possível perceber que a maioria das postagens negativas foram feitas por homens. Além disso, na categoria “Ir”, essa diferença se torna ainda mais enfática.

Gráfico 7 – Categorias CN e Ir por tipo de utilizador (em %)



Fonte: Elaborada pela autora.

Como dito acima, nas categorias “Negativas”, mesmo que isoladamente, há um maior número de postagens realizadas por utilizadores homens, com ênfase em “Ironia”, categoria em que se observa uma preponderância ainda maior da atividade deles.

## CONCLUSÃO

Assim como na teoria sociológica de Zygmunt Bauman a respeito da sociedade líquida – segundo a qual as relações humanas são fluidas e mudam de forma o tempo todo –, os fluxos informacionais na sociedade também são líquidos e mudam rapidamente.

No que pode ser entendido como antigo formato de fluxo informacional de notícias, por exemplo, quando um evento acontecia, jornalistas o cobriam, escreviam uma matéria, e essa, então, era apresentada no respetivo telejornal; o indivíduo que não assistisse a esse telejornal ficaria sabendo do ocorrido apenas no dia seguinte, ao passar em frente a uma banca de jornais ou ao conversar com um vizinho. Nos dias atuais, quando um acidente automobilístico, por exemplo, ocorre, pessoas que estão no local já o filmam, fotografam-no, e postam a imagem ou o vídeo nas redes sociais, enviam-nas a amigos, e, em segundos, a informação já está sendo proliferada, podendo, no dia seguinte, já ser considerada uma informação “velha”.

Os moldes atuais de compartilhamento de informação trouxeram mudanças significativas para os meios de comunicação padrão. A comparação entre os números levantados através do mapeamento do uso da *hashtag* e os resultados de pesquisas oficiais pode indicar como as redes sociais são uma extensão do espaço de convivência social, são realmente parte da vida das pessoas.

Por meio deste estudo, foi possível perceber uma motivação dos utilizadores ao fazerem uso de *tags* nas redes sociais. Esse uso não diz respeito apenas a um processo que visa somente à criação de uma coleção de itens ou a uma indexação para se recuperar posteriormente a informação. O uso de *tags* constitui também uma forma de uma pessoa expressar opiniões, participar de uma discussão coletiva e se fazer ouvir como indivíduo de um grupo social. Pode-se dizer que o alcance das discussões nas redes sociais indica a existência de uma nova maneira de se fazer ouvir. A *hashtag* foi capaz de criar comunidades de pessoas com interesses ou com experiências em comum, produzindo, assim, reações e comunicações interpessoais, possibilitando a partilha de vivências e de conhecimentos.

Desse modo, pode-se afirmar que houve uma consolidação das redes sociais como forma de comunicação social, dentro da qual é possível englobar uma considerável parcela de um grupo social, ou de grupos sociais, a partir de um assunto em comum. Também é possível perceber a proximidade entre os dados retirados da

plataforma através do uso da *hashtag* #meuprimeiroassedio e os números das pesquisas sobre assédio no Brasil. Por exemplo, no levantamento das *tags*, cerca de 90% dos depoimentos de vítimas de assédio vieram de mulheres, enquanto na fonte de pesquisa autorizada, o *Mapa da Violência*, 87,17% das denúncias contra assédio apresentaram mulheres como as vítimas do abuso. Esse resultado a respeito dos números “reais” e os números retirados da pesquisa revelam como as mídias sociais são uma extensão da vida da maioria das pessoas, respondendo à um dos objetivos da pesquisa, ao observar como o uso da postagem com a *hashtag* #meuprimeiroassedio pode refletir a realidade social.

Averigua-se, então, uma semelhança entre o que acontece na sociedade “real”, fora do ambiente digital, e a representação das discussões e dos movimentos que acontecem nas redes sociais. Essa proximidade demonstra que a sociedade está em um momento no qual o que é expresso nos movimentos e nas discussões em ambientes digitais é uma extensão do que acontece no mundo físico, sendo grande o número de pessoas que utilizam as redes sociais de forma ativa.

Outro ponto importante a se salientar diz respeito ao conceito e ao uso da Folksonomia, entendida como uma etiqueta com a qual rotula-se um item – uma imagem, um documento, um vídeo, uma postagem, entre outros –, como forma de recuperá-lo posteriormente, de compartilhá-lo ou de criar uma coleção. Além desses usos, foi percebido que uma importante utilização da Folksonomia se refere à expressão de um significado, a fim de que um indivíduo possa se comunicar e emitir sua opinião. De acordo com a *hashtag* utilizada e com a forma como ela é empregada, um indivíduo pode expressar uma opinião ideológica ou política, pode engajar-se em um movimento, criticar algo ou ainda se posicionar sobre diversos assuntos.

A carga de significância que uma *hashtag* pode alcançar é capaz de produzir impactos internacionais, pois essa *hashtag* pode ser reconhecida ao redor do mundo, como a #BlackLivesMatter, que representa um movimento em defesas das pessoas negras. Trata-se de uma simples *hashtag*, mas que carrega uma imensa carga de significância, e o seu uso pode indicar o posicionamento ideológico e político de um indivíduo.

Como observado nesta pesquisa, a *tag* #meuprimeiroassedio carrega consigo uma significância muito forte, relacionada à cultura do estupro, bem como à violência física e psicológica sofrida principalmente pelas mulheres. Ao se analisar a forma como os utilizadores fazem uso dessa etiqueta, pode-se compreender como muitas pessoas

tratam essas pautas sociais. Percebeu-se, ao longo da recolha dos tuítes, que os utilizadores, na sua grande maioria, fazem o uso da *hashtag* de modo a manter o propósito de sua criação. É também perceptível que os utilizadores que participam da discussão têm noção sobre como a *hashtag* surgiu e o que ela representa. A análise das redes sociais por meio da investigação das *hashtags* constitui um poderoso meio de estudo social, que pode ser ainda mais explorado.

Ao fim da pesquisa foi possível cumprir os objetivos propostos. Observando que a partir de um evento específico, acontece o lançamento de uma *hashtag* que busca discutir sobre um problema social, percebe-se que os utilizadores da plataforma participam, emitem opinião e compartilham entre si experiências em comum sobre o assunto. É dessa forma que a *hashtag* foi utilizada, com o propósito de aproximar pessoas diferentes a partir de um ponto em comum, o conhecimento sobre o evento ocorrido e a vontade de discuti-lo em comunidade. Foi identificado o propósito de ativismo com discussões sobre o feminismo e a situação da mulher na sociedade, assim como o engajamento na plataforma sobre questões sociais ligadas a violência doméstica e abusos infantis.

Destaca-se também a forma que a folksonomia foi além de uma etiquetagem de conteúdo, e passou a ser um ponto de comunicação, pois a etiqueta é utilizada como um link para encontrar e compartilhar conteúdos que tenham conexão com esta.

A pesquisa foi capaz de revelar como a Ciência da Informação pode ser utilizada em pesquisas sobre redes sociais, de forma a buscar uma compreensão do comportamento informacional dos utilizadores e a influência destes em ativismos e outras discussões sociais.

Ainda existe muito a ser estudado sobre o assunto, principalmente a respeito da significância da folksonomia atualmente, pois, como foi verificado ao longo da pesquisa, existe uma certa discussão sobre o conceito e função da folksonomia dentro da Ciência da Informação. As redes sociais estão expandindo, assim como o significado e as possibilidades da folksonomia. É possível novas pesquisas na área de forma a perceber as possibilidades do uso de etiquetagem no ambiente online e como possibilitar um melhor aproveitamento, tanto em termos de comunicação como de classificação e recuperação da informação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaral, A., Natal, G., Viana, L. (2008). Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Sessões do Imaginário*, 13(20), 34-40.  
<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/4829>
- Amado, J. (2014). *Manual de investigação qualitativa em educação*. Imprensa da Universidade de Coimbra. <https://digitalis.uc.pt/handle/10316.2/35271>
- Araújo, C. A. Á. (2006). Fundamentos teóricos da classificação. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 22(2), 117-140.  
<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/15182924.2006v11n22p117>
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro, Brasil: Zahar.
- Beauvoir, S. (2016). *O segundo sexo*. Rio de Janeiro, Brasil: Nova Fronteira, 3ed.
- Berners-Lee, T., Cailliau, R., Groff, J. F., Pollemann, B. (1992). World-Wide Web: The Information Universe. *Electronic Networking*, 2(1), p. 52-58.  
[https://www.legalanthology.ch/berners-lee-et-al\\_world-wide-web\\_1992/](https://www.legalanthology.ch/berners-lee-et-al_world-wide-web_1992/)
- Berners-Lee, T., Hendler, J., Lassila, O. (2001). The Semantic Web: A New Form of Web Content That is Meaningful to Computers Will Unleash a Revolution of New Possibilities. *Scientific American*, May, 1-4.
- Brandt, M., Medeiros, M. B. B. (2010). Folksonomia: esquema de representação do conhecimento?. *Transinformação*, 22(2), 111-121.  
<https://www.scielo.br/j/tinf/a/F8mxgMCbfMYTjYvCXpPQtgd/?lang=pt>
- Bernard, A. (2019). *Theory of hashtag*. Cambridge, UK: Polity Press. 113p.
- Brasil. (2016). *Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2016*. São Paulo, Brasil: Fórum Brasileiro de Segurança Pública.  
[https://www.forumseguranca.org.br/storage/10\\_anuario\\_site\\_18-11-2016-retificado.pdf](https://www.forumseguranca.org.br/storage/10_anuario_site_18-11-2016-retificado.pdf)
- Brasil. (2020). *Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2020*. São Paulo, Brasil: Fórum Brasileiro de Segurança Pública. <https://forumseguranca.org.br/anuario-brasileiro-seguranca-publica/>
- Bressan, R. T. (2008). Dilemas da rede: Web 2.0, conceitos, tecnologias e modificações. *Revista Anagramas*, 1(2), 1-13.  
<https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35306>
- Butler, J. P. (2018). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro, Brasil: Civilização Brasileira, 16ª ed.
- Café, L., Sales, R. (2010). *Organização da informação: Conceitos básicos e breve fundamentação teórica*. In: Jaime Robredo; Marisa Bräscher (org.). *Passeios no*

- Bosque da Informação: Estudos sobre Representação e Organização da Informação e do Conhecimento. Brasília, Brasil: IBICT. Capítulo 6, 115-129.  
<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/189812/eroic.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Canãda, J. (2006). Tipologias y estilos em el etiquetado social.  
<https://www.terremoto.net/>
- Castells, M. (2002). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. Lisboa, Portugal: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2003). *A galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro, Brasil: Zahar.
- Castells, M. (2013). *Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da Internet*. Rio de Janeiro, Brasil: Zahar.
- Coelho, M. P. (2016). Vozes que ecoam: Feminismo e Mídias Sociais. Pesquisas e Práticas Psicossociais, 11(1), 214-224.  
<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ppp/v11n1/17.pdf>
- Corrêa, M. de V., Rozados, H. B. F. (2017). A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, 22(49), 1-18.  
<https://doi.org/10.5007/1518-2924.2017v22n49p1>
- Corrêa, R. F., Santos, R. F. (2018). Análise das definições de folksonomia: em busca de uma síntese. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 23(2), 1-32.  
<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/2571>
- Corrêa, R. F., Santos, R. F. dos. (2014). *A folksonomia e a representação colaborativa da informação em ambientes digitais*. In: Encontro nacional de pesquisa em ciência da informação, 15., 2014, Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte, Brasil: UFMG, 2014.  
<http://200.20.0.78/repositorios/handle/123456789/2634?show=full>
- Costa, C. S., Menezes, M. (2016). A agregação das Tecnologias de Informação e Comunicação ao espaço público urbano: reflexões em torno do Projeto CyberParks - COST TU 1306. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 8(3), 332-344.  
[https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S217533692016000300332&script=sci\\_abstract&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S217533692016000300332&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Coutinho, C. P. (2015). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra, Portugal: Almedina.
- Ferreira, C. B. de C. (2015). Feminismos web: linhas de ação e maneiras de atuação no debate feminista contemporâneo. *Cadernos Pagu*, 44, 199–228.  
<https://doi.org/10.1590/1809-4449201500440199>

- Ferreira, G. C. (2011). Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 16(3), 208-231. <https://www.scielo.br/pdf/pci/v16n3/13.pdf>
- Figueiredo, N. M. de. (1992). A modernidade das cinco leis de Ranganathan. *Ciência Da Informação*, 21(3), 186-191. <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/430>
- Friedan, B. (2020). *A mística feminina*. Rio de Janeiro, Brasil: Rosa dos Ventos, 3ª ed.
- Glushko, R., Hemerly, J., Maloney, M., McPherson, K., Petras, V., Shaw, R. *et al.* (2013). *The discipline of organizing*. Sebastopol, USA: O'Reilly.
- Haraway, D. (1985). A Cyborg Manifesto: science, technology, and socialist feminism in the 1980's. *Socialist Review*, 15(2), 65-107.
- Hassan-Montero, Y. (2006). Indización social y recuperación de información. *No Solo Usabilidad Journal*, 5(1). [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/indizacion\\_social.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/indizacion_social.htm)
- Joudrey, D. N., Taylor, A. G. (2017). *The organization of information*. Santa Barbara, USA: Libraries Unlimited.
- Kakali, C., Papatheodorou, C. (2011). *The exploitation of social tagging in libraries*. In: First Workshop on Digital Information Management, Corfu, Greece, 30-31 March, 2011. <http://eprints.rclis.org/15850/>
- Lemos, A. (2018). Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. *Razón y Palabra*, 1(22), 107-133. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html>
- Lévy, P. (2010). *Cibercultura*. São Paulo, Brasil: Editora 34, 3ª ed.
- Lima Junior, W. T. (2009). Mídia social conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. *Libero*, 12(24), 95-106. <http://201.33.98.90/index.php/libero/article/view/500/474>
- Maculan, B. C. M. dos S., Assis, J. de; Alves, A. V., Pereira, F. (2009). Taxonomia, folksonomia, acessibilidade e usabilidade: proposta de interseção na área de organização do conhecimento, com foco na recuperação de informação. Em *Seminário em Ciência da Informação*. Londrina, Universidade Estadual de Londrina, 2009, 1-26. <http://eprints.rclis.org/23854/>
- Marleto, R. M. (2001). Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*, 30(1), p. 71-81. <https://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1>
- Martinez, F. (2019). Feminismos em movimento no ciberespaço *Cadernos Pagu*, 56(1), 1-34. <https://www.scielo.br/pdf/cpa/n56/1809-4449-cpa-56-e195612.pdf>
- Monteiro, J. C. Da S., Lopes, A. P. de S., Rodrigues, S. F. N. (2017). Mapeamento histórico do hipertexto: da origem à utilização no processo ensino-

- aprendizagem. *Revista Tecnologias na Educação*, 9(22), 1-13.  
<http://tecedu.pro.br/wp-content/uploads/2017/10/Art22-vol.22-Edi%C3%A7%C3%A3o-Tem%C3%A1tica-VI-Outubro-2017.pdf>
- Moreira, W., Moraes, I. S. de (2019). O assunto “classificação” na literatura brasileira de ciência da informação: uma análise nos anais do ENANCIB (2003-2014). *Informação & Informação*, 24(1), 226-246.
- Nunes, A. K. F., Lima, I. C. dos S. (2018). Hipertexto na visão de sentidos múltiplos no mundo tecnológico. *Revista EdaPEi*, 18(1), p. 71-76.  
<https://seer.ufs.br/index.php/edapeci/article/view/8588>
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0? Pattern Recognition*. San Francisco. Retrieved <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Pato, P. R. G. *Imagens: polissemia versus indexação e recuperação da informação*. (2015). Orientadora Mirian Paula Manini. Brasília, 2015. 340 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Universidade de Brasília.  
[https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNB\\_e7e8ba6353232400ca9062d1df593803](https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNB_e7e8ba6353232400ca9062d1df593803)
- Prodanov, C. C., Freitas, E. C. de (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo, Brasil: Feevale.
- Quivy, R, Campenhoudt, L. (2003). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa, Portugal: Gradiva.
- Rambukkana, N. (2015). *#Hashtagpublics: the power and politics of discursive networks*. New York, USA: Peter Lang, p. 306.
- Ribeiro, F. (2013). *Uso da classificação nos arquivos como instrumento de organização, representação e recuperação da informação*. In: Ribeiro, F., Cerveira, M. E. A. (org.), *Informação e/ou Conhecimento: as duas faces de Jano* (528-539). Porto, Portugal: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Rosa, A. M. (2012). As origens históricas da Internet: uma comparação histórica com a origem dos meios clássicos de comunicação ponto a ponto. *Estudos em comunicação*, 11(1), 95-123. <http://ec.ubi.pt/ec/11/pdf/EC11-2012Mai-05.pdf>
- Sahr, W. (2008). *Ação e EspaçoMUNDOS: a concretização de espacialidades na Geografia Cultural*. Salvador, Brasil: Edufba.  
<http://books.scielo.org/id/bk/pdf/serpa-9788523211899.pdf>
- Santos, C. M. (2018). Por que as mulheres “desapareceram” dos cursos de computação?. *Jornal da USP*. <https://jornal.usp.br/?p=136701>
- Santos, H. P. (2013). Etiquetagem e folksonomia: o usuário e sua motivação para organizar e compartilhar informação na *Web 2.0*. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 18(2), 91-104.  
<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1617>
- Semidão, R. A. N. (2014). *Dados, informação e conhecimento enquanto elementos de compreensão do universo conceitual da ciência da informação: contribuições*

- teóricas (Mestre). Universidade Estadual Paulista.  
<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/110783>
- Simões, M. da G., Freitas, M. C. V. de (2013). A classificação em arquivos e em bibliotecas à luz da teoria da classificação: pontos de convergência e de divergência. *Ponto de Acesso*, 7(1), 81-115. <https://eg.uc.pt/handle/10316/36462>
- Siqueira, E. N. N. (2020). O uso de folksonomias na campanha de Jair Bolsonaro no YouTube: análise dos conteúdos do primeiro turno das eleições de 2018. *Domínios da Linguagem*, 15(1), 1-35.  
<http://www.seer.ufu.br/index.php/dominiosdelinguagem/article/view/52932>
- Smith, G. (2008). *Tagging: People-powered metadata for the social Web*. Berkeley, USA: New Riders.
- Tomaél, M. I., Alcará, A. R., Di Chiara, I. G. (2005). Das redes sociais à inovação. *Ciência da Informação*, Brasília, 34(2), p. 93-104.  
<https://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf/>
- Val, T. W. (2007). Folksonomy Coinage and Definition.  
<https://www.vanderwal.net/folksonomy.html>
- Viana, J. M. Dos A., Arakaki, A. C. S., Dal'Evedove, P. R. (2019). A contribuição da Folksonomia para a construção de metadados. Em *Seminário em Ciência da Informação*. Londrina, agosto de 2019. Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2019, 510-523.  
<http://www.uel.br/eventos/cinf/index.php/secin2019/secin2019/paper/view/597>
- Vignoli, R. G.; Almeida, P. O. P.; Catarino, M. E. (2014). Folksonomias como ferramenta da organização e representação da informação. *Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação*, 12(2), 120-135.  
<http://dx.doi.org/10.20396/rdbci.v12i2.1606>
- Vital, L. P., Café, L. M. A. (2011). Ontologias e taxonomias: diferenças. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 16(2), 115-130.  
<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/200>
- Waiselfisz, J. J. (2015). *Mapa da violência 2015: homicídio de mulheres no Brasil*. Brasília, Brasil: Flacso.
- W3C. 2020c. <https://www.w3.org/>.