

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

**CIRCULAÇÃO E RECIRCULAÇÃO DE NARRATIVAS DO ACONTECIMENTO
NO JORNALISMO EM REDE:
A COPA DO MUNDO DE 2014 NO TWITTER**

Gabriela da Silva Zago

Porto Alegre,
2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

**CIRCULAÇÃO E RECIRCULAÇÃO DE NARRATIVAS DO ACONTECIMENTO
NO JORNALISMO EM REDE:
A COPA DO MUNDO DE 2014 NO TWITTER**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora.

Orientador: Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo

Porto Alegre,
2014

CIP - Catalogação na Publicação

Zago, Gabriela da Silva
Circulação e Recirculação de Narrativas do
Acontecimento no Jornalismo em Rede: A Copa do Mundo
de 2014 no Twitter / Gabriela da Silva Zago. -- 2014.
217 f.

Orientador: Alex Fernando Teixeira Primo.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e
Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e
Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2014.

1. Redes Sociais. 2. Jornalismo . 3. Twitter. 4.
Jornalismo em Rede. 5. Análise de Redes Sociais. I.
Primo, Alex Fernando Teixeira, orient. II. Título.

Gabriela da Silva Zago

**CIRCULAÇÃO E RECIRCULAÇÃO DE NARRATIVAS DO ACONTECIMENTO
NO JORNALISMO EM REDE:
A COPA DO MUNDO DE 2014 NO TWITTER**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora.

Orientador: Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Fabio Malini – UFES

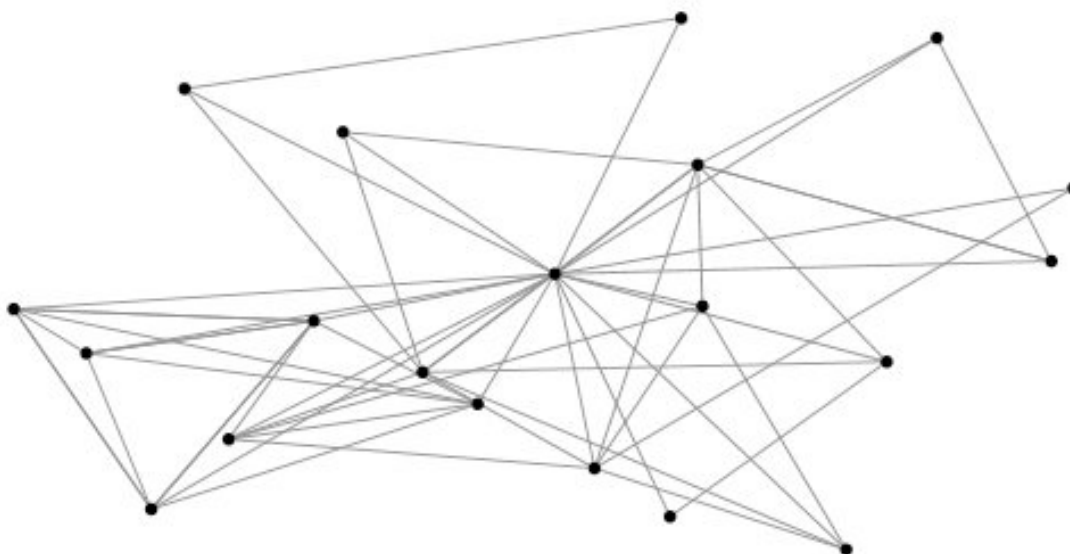
Prof. Dr. Ronaldo Henn – UNISINOS

Prof. Dra. Luciana Mielniczuk – UFRGS

Prof. Dra. Marcia Benetti – UFRGS

Prof. Dra. Suely Fragoso – UFRGS (suplente)

AGRADECIMENTOS



Numa tese sobre jornalismo em rede feita numa linha de pesquisa sobre Redes Sociais, nada mais justo do que fazer, também, um agradecimento em rede.

Esta tese é o resultado de uma longa trajetória, que felizmente não foi percorrida sozinha. Cada nó do grafo representa alguém que marcou essa trajetória. As linhas representam as relações entre as pessoas. Eu sou a “bolinha” do meio, conectada a todos.

Quatro principais clusters aparecem nessa rede. O maior deles, na porção central, representa amigos, colegas e professores ligados ao PPGCOM da UFRGS. Nesse cluster, destaco minha gratidão ao meu orientador, Alex Primo, que nos últimos anos me ajudou não apenas nos rumos desta pesquisa, como também em inúmeras decisões de vida. Obrigada! :)

Destaco, também, o papel dos professores na minha formação, em especial os componentes da minha banca final, Marcia Benetti, Suely Fragoso e Ronaldo Henn, que propiciaram também o aprendizado na forma de disciplinas importantes para que a presente tese tomasse forma, e também Luciana Mielniczuk e Fabio Malini, pelos comentários na versão final do trabalho.

Mas esse mesmo cluster também traz outras pessoas que contribuíram bastante, em especial o pessoal que passou pelo LIMC ao longo desses anos – Ana Migowski, Vivian Belochio, e tantos outros. Muitas dessas amizades também renderam parcerias profissionais e acadêmicas, que espero que continuem, mesmo após a conclusão deste trabalho.

Um segundo cluster pode ser percebido mais à esquerda do grafo. Esse cluster representa o apoio da família e dos amigos. Inclui desde meus pais, Luiz Ari e Antonia,

maiores incentivadores de tudo, até o Fernando, que está comigo desde o primeiro dia do Mestrado, passando pelas irmãs Ana Carolina e Alethea, grandes inspirações, e incluindo também a Gaby, minha “cão-panheira” homônima.

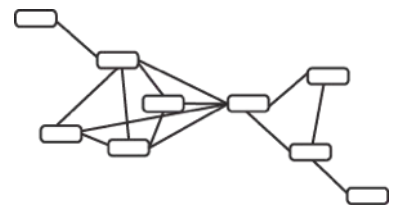
Há um terceiro cluster em torno das parcerias acadêmicas para além dos colegas. Ele está na porção inferior direita do grafo e representa vários dos coautores que tive ao longo do caminho. Mais do que coautores, também representam grandes amigos. Nesse cluster destaco a Raquel Recuero, quem primeiro despertou em mim o interesse pelas redes sociais – e continuou a me incentivar desde então; o Marco Toledo Bastos, que me levou a considerar alçar voos maiores em termos de quantidade de dados analisados; a Rebeca Rebs, companheira de artigos e também de moradia por um período; e inúmeros outros que ajudaram a abrir minha visão para outros subtemas de pesquisa.

O quarto e último cluster, na parte superior direita do grafo, representa os alunos e os novos colegas de trabalho dos cursos de Design da UFPel, que me acolheram na segunda metade do doutorado, onde comecei a lecionar ainda quando essa tese estava começando a tomar forma. Agradeço a acolhida, o apoio e a compreensão.

Agradeço também ao pessoal do Plurk, presente nos quatro clusters, que forneceram suporte para superar este desafio.

Por fim, gostaria de agradecer ao PPGCOM da UFRGS por proporcionar um ensino de qualidade e gratuito, onde pude cursar disciplinas e aprender a pesquisar. Agradeço também à CAPES, pela bolsa de Doutorado que permitiu me dedicar integralmente a esta pesquisa nos primeiros dois anos do curso.





If it doesn't spread, it's dead; true enough. But sometimes producers would rather die than give up control.

Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green
Spreadable Media

RESUMO

A presente tese tem por objetivo identificar estruturas e dinâmicas associadas à circulação de diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos no Twitter. Busca-se, com isso, comparar as formas de circulação de narrativas em torno de diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos em sites de rede social. Tem-se como pressuposto o fato de que o jornalismo contemporâneo estaria configurado como uma rede, formada por nós compostos por diversos atores para além dos veículos jornalísticos, os quais, através da participação de variadas formas, contribuem para a circulação jornalística. O referencial teórico do trabalho aborda o paradigma de redes, a circulação na cibercultura e no jornalismo, as especificidades da circulação e da recirculação jornalística em sites de rede social e o acontecimento jornalístico. Para operacionalizar a pesquisa, utiliza-se como método o estudo de caso de postagens no Twitter em torno de determinados acontecimentos jornalísticos associados à Copa do Mundo de 2014. Ao todo quatro casos são estudados tendo como procedimentos metodológicos a observação e a análise de redes sociais. Os resultados trazem indícios de que a participação do público na circulação jornalística traz modificações não apenas para o jornalismo como também pode provocar ressignificações no próprio acontecimento.

Palavras-chave: Jornalismo em rede; circulação jornalística; acontecimento jornalístico; sites de rede social; análise de redes sociais

ABSTRACT

In this thesis, we aim to identify structures and dynamics associated to the circulation of different types of news events on Twitter. Thus, we seek to compare forms of circulation of narratives about different types of news events in social network sites. One of the premises we adopt is the fact that contemporary journalism is shaped like a network, composed by nodes that comprises diverse actors beyond news outlets, which, through participation in various forms, contribute to news circulation. We use as a theoretical background concepts related to the network paradigm, to circulation of contents on cyberculture and journalism, the specificities of news circulation and recirculation in social network sites, and news events. In order to operationalize the research, we use the method of case study of posts on Twitter about some specific news events related to the 2014 FIFA's World Cup. We studied four cases using a combination of observation and social network analysis. The results provide evidence that the participation of the public on news circulation brings changes not only for journalism but also leads to a reframing in the events themselves.

Keywords: Network journalism; news circulation; news event; social network sites; social network analysis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

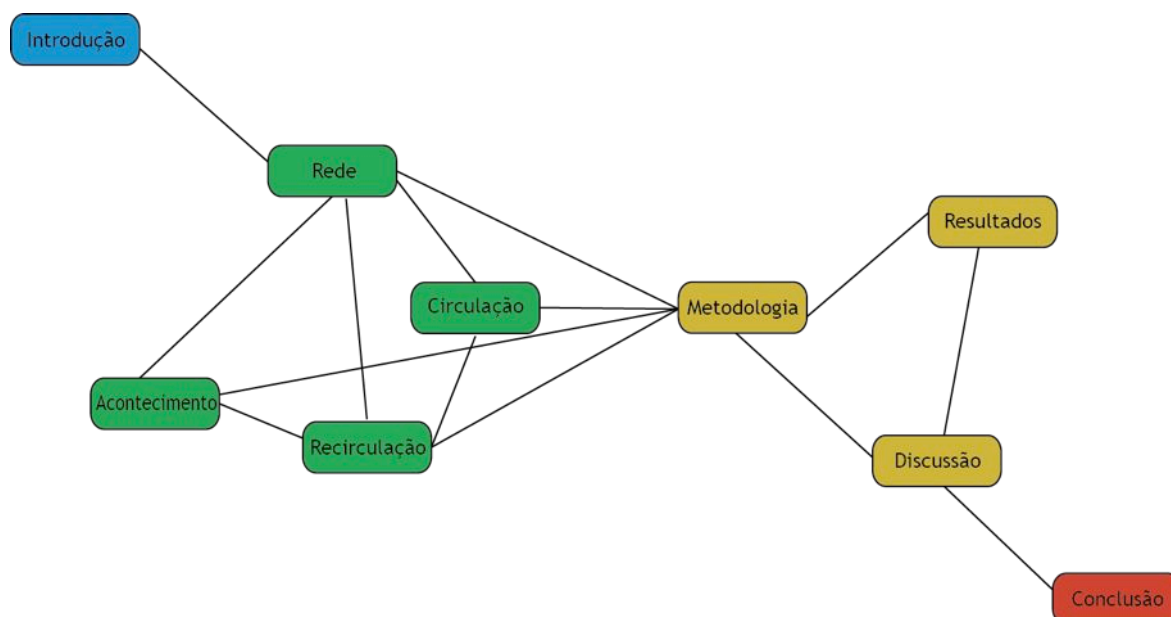
Figura 1. Enigma das pontes de Königsberg.	31
Figura 2. Redes centralizadas, descentralizadas e distribuídas.	32
Figura 3. Seis modelos de redes no Twitter identificados por Smith et al (2014b)	38
Figura 4. Representação esquemática da relação entre os atores num contexto de jornalismo em rede.	46
Figura 5. Primeira página com conteúdo e quarta página em branco do jornal <i>Publick Occurences</i>	60
Figura 6. Reprodução de tweets com solicitação de fontes no site Ajude um Repórter.	68
Figura 7. Matéria do site Ego baseada em postagens de artistas no Twitter e no Instagram.	69
Figura 8. Em meio a uma notícia sobre a morte do compositor e percussionista Marko Ribas no site do jornal O Globo, trechos destacam reações de outros artistas nas redes sociais.	69
Figura 9. Sugestão de pauta de leitor enviada através do Facebook para o jornal Estadão.	70
Figura 10. Notícia do site Exame.com dando conta da repercussão de um assunto no Twitter.	70
Figura 11. Tweet da revista São Paulo com convite para participação no site do jornal.	71
Figura 12. Chamada-convite no Facebook de Zero Hora para participação através do Instagram.	71
Figura 13. Galeria publicada no site do jornal Zero Hora com algumas das contribuições recebidas em resposta à chamada-convite da Figura 12.	72
Figura 14. Perfil de Zero Hora no Twitter pede autorização para publicar na edição impressa crítica de leitor ao jornal no Twitter.	72
Figura 15. Notícia do jornal Gazeta Online sugere hashtags para os usuários que quisessem contribuir para a cobertura ao vivo do carnaval no estado do Espírito Santo.	73
Figura 16. Widget exibido na página de trânsito de Zero Hora que exhibe os últimos tweets feitos pela conta @tranzitozh no Twitter.	73
Figura 17. O especial multimídia “Reconstrua as Torres Gêmeas” de Zero Hora contou com a participação do público via Twitter.	74
Figura 18. Tweet do @G1 sobre a situação de saúde de José Genoíno, um dos presos do mensalão.	75
Figura 19. Comentário de usuário sobre o estado de saúde de José Genoíno.	75
Figura 20. Painel presente no site da Folha de S.Paulo mostra as notícias mais lidas, mais buscadas e mais enviadas pelos usuários que acessam o site do jornal.	75
Figura 21. Comentários no Facebook em resposta a uma notícia publicada no perfil do jornal Estadão.	76
Figura 22. Processo jornalístico considerando os sites de rede social e a possibilidade de recirculação jornalística.	78
Figura 23. Etapas do processo jornalístico esquematizadas na forma de rede.	79
Figura 24. Processo jornalístico em relação com a vida social.	80
Figura 25. Acessos provenientes do Facebook e do Google no The Guardian.	88

Figura 26. Tentativa de representação esquemática da rede do acontecimento “o prefeito eleito de Pelotas”.	96
Figura 27. Tweet postado pela Revista Época em seu perfil especial para a cobertura da Copa no Twitter.	116
Figura 28. Postado por um usuário comum, o tweet apenas reproduz uma atualização originalmente postada pelo perfil especial da Revista Época.	117
Figura 29. Tweet de usuário comum sobre a vitória de 5 a 1 da Holanda contra a Espanha.	117
Figura 30. Tweet reproduz de forma textual uma piada que repercutiu nos sites de rede social no dia 13 de junho de 2014.	117
Figura 31. Meme produzido por usuários das redes mostrando o rosto do cantor Chico Buarque feliz e triste conforme seu nome é complementado por “de Holanda” ou “de Espanha”.	118
Figura 32. Grafo da rede de tweets, retweets e menções com o termo “exoesqueleto” em 12 de junho de 2014 no Twitter.	125
Figura 33. Remix criado por usuários fazendo referencia ao exoesqueleto.	127
Figura 34. Grafo da rede de tweets, retweets e menções com os termos “viaduto Belo Horizonte” em 03 de julho de 2014 no Twitter.	132
Figura 35. Retweets de um mesmo usuário a notícias postadas pelos veículos @gle @jornaloglobo.	133
Figura 36. Grafo da rede de tweets, retweets e menções com os termos “fuleco” e “kidiaba” entre os dias 18 e 22 de junho de 2014.	139
Figura 37. Exemplos de montagens feitas a partir da foto do goleiro da Holanda ajustando as traves do gol.	141
Figura 38. Cena do jogador Jasper Cillessen encostado na trave que posteriormente foi transformada em meme.	142
Figura 39. Mensagem postada pelo perfil @KICKTV convocando usuários a incluir a imagem do jogador Jasper Cillessen em outros contextos.	143
Figura 40. Grafo da rede de tweets, retweets e menções com os termos “goleiro Holanda” em 12 de julho de 2014 no Twitter.	147
Figura 41. Tweet do usuário @brincadero contendo uma piada e um remix associado ao meme do goleiro da Holanda.	148
Figura 42. Eventos que antecederam e sucederam o exoesqueleto na abertura da Copa.	153
Figura 43. Eventos que antecederam e sucederam a queda do viaduto em Belo Horizonte.	154
Figura 44. Eventos que antecederam e sucederam a repercussão da animação do Fuleco imitando o Kidiaba no estádio Beira Rio.	155
Figura 45. Eventos que antecederam e sucederam o meme com o goleiro da Holanda.	156
Figura 46. Matriz de localização dos acontecimentos estudados dentro da esfera do jornalismo.	160
Figura 47. Comentário de usuário sobre o exoesqueleto.	163
Quadro 1. Algumas métricas de Análise de Redes Sociais para medida do nó e da rede.	34
Quadro 2. Possibilidades de participação do público nas etapas do processo jornalístico em sites de rede social.	67
Quadro 3. Tipos de acontecimentos considerados no trabalho.	106
Quadro 4. Sistematização das características encontradas nos casos estudados.	170

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão <i>indegree</i>) - exoesqueleto.	122
Tabela 2. Nós que atuam como ponte no recorte (maior grau de intermediação) - exoesqueleto.	123
Tabela 3. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão <i>indegree</i>) - viaduto.	130
Tabela 4. Nós que atuam como ponte no recorte (maior grau de intermediação) - viaduto.	131
Tabela 5. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão <i>indegree</i>) - Kidiaba.	137
Tabela 6. Nós que atuam como ponte no recorte (maior grau de intermediação) - Kidiaba.	137
Tabela 7. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão <i>indegree</i>) - meme.	145
Tabela 8. Nós que atuam como ponte no recorte (maior grau de intermediação) - meme.	146

SUMÁRIO



INTRODUÇÃO	15
Justificativa	16
Estado da arte	19
Percurso acadêmico	22
Objeto	24
Problema de pesquisa	25
Objetivos	26
Hipóteses	27
Estrutura do trabalho	27
PARTE I – Rede teórica	29
Nó 1 - Rede	30
1.1 Redes sociais: conceitos, estruturas e dinâmicas	30
1.2 Redes sociais na internet	40
1.3 Jornalismo em rede	43
Nó 2 - Circulação	49
2.1 Fronteiras borradas entre produção, circulação e consumo	49
2.2 Circulação de conteúdos na cibercultura	53
2.3 Circulação jornalística	57
Nó 3 - Recirculação	59
3.1 Recirculação como participação na circulação	59
3.2 Caracterização da circulação jornalística	77
3.2.1 Recirculação e mídia espalhável	81
3.2.2 Recirculação e sistema de resposta social à mídia	81
3.2.3 Recirculação e distribuição e interpretação	82
3.2.4 Recirculação e audiência ativa	82
3.2.5 Recirculação e conteúdo gerado pelo usuário ...	83
3.2.6 Recirculação e gatekeeping secundário	83

3.2.7	Recirculação e gatewatching	84
3.2.8	Recirculação e curadoria	85
3.2.9	Recirculação e usuário-mídia	86
3.3	Reflexos da recirculação no processo jornalístico	86
Nó 4 -	Acontecimento	90
4.1	Caracterização do acontecimento	90
4.2	Tipos de acontecimentos	91
4.3	Acontecimento em rede	93
PARTE II –	Rede empírica	101
Nó 5 -	Metodologia	102
5.1	A Copa de 2014 no Brasil	102
5.2	Procedimentos metodológicos	104
5.2.1	Observação	107
5.2.2	Análise de redes sociais	108
5.3	O recorte	110
5.3.1	Considerações técnicas sobre o recorte	112
5.3.2	Considerações éticas sobre o recorte	115
5.4	Procedimentos de análise	116
Nó 6 -	Resultados	120
6.1	Caso exoesqueleto	120
6.1.1	Acontecimento esperado: o exoesqueleto na abertura da Copa	120
6.1.2	Narrativas no Twitter em torno do exoesqueleto – resultados	121
6.2	Caso viaduto	127
6.2.1	Acontecimento inesperado: queda de viaduto em Belo Horizonte	127
6.2.2	Narrativas no Twitter em torno do viaduto – resultados	128
6.3	Caso Kidiaba	134
6.3.1	Ciberacontecimento com repercussão nas redes: exibição da animação do Fuleco imitando o Kidiaba no estádio Beira Rio	134
6.3.2	Narrativas no Twitter em torno do Fuleco imitando o Kidiaba – resultados	135
6.4	Caso meme	140
6.4.1	Ciberacontecimento com origem nas redes: meme com o goleiro da Holanda	141
6.4.2	Narrativas no Twitter em torno do meme com o goleiro da Holanda – resultados	143
Nó 7 -	Discussão	150
7.1	Considerações sobre os acontecimentos e suas narrativas no Twitter	150
7.2	Relação com outros meios	157
7.3	Participação na circulação	158
7.4	Nós centrais	161
7.5	Tipos de conteúdos postos em circulação	163
7.6	Estruturas e dinâmicas de redes	164

7.7 Especificidades da circulação jornalística nos sites de rede social	167
7.8 Resignificações do acontecimento em rede	168
7.9 Jornalismo em rede	171
CONSIDERAÇÕES FINAIS	175
REFERÊNCIAS	180
ANEXO	197
APÊNDICES	198

INTRODUÇÃO

A preocupação com a circulação de notícias não é nova. As primeiras notícias circulavam através de histórias orais repassadas de geração em geração. Na Roma Antiga já circulavam notícias sobre o governo e fofocas. Na Grécia, os relatos eram dramatizados. Desde seu surgimento no século XVII, os primeiros jornais impressos eram entregues na casa dos assinantes, distribuídos em hotéis e restaurantes e vendidos nas esquinas. À medida em que novos elementos e novas mídias foram surgindo, a circulação de notícias foi sofrendo modificações. O próprio sistema de circulação de jornais impressos foi se tornando mais complexo, passando a envolver novos intermediários para assegurar que um jornal circule simultaneamente num espaço geograficamente cada vez maior.

Televisão e rádio trouxeram mudanças para a circulação jornalística na medida em que passaram a permitir a transmissão simultânea das notícias para diversos lares ao mesmo tempo e por um custo próximo a zero para o usuário final. Mesmo assim, ainda persistia a limitação em termos de acesso às ferramentas de transmissão de conteúdos, além de depender de um horário específico para o consumo das informações, transmitidas de forma igual para todos os receptores.

A internet também produz modificações nesse processo ao possibilitar novas formas de circulação, e também a possibilidade de participação na circulação de conteúdos. Ainda que um jornal possa ser distribuído em tecnologias como RSS¹ ou através de assinatura paga da versão impressa em PDF², o acesso pode se dar a partir de vários acessos ao longo do dia, à página do jornal ou a notícias específicas. Se antes a medida de popularidade era a quantidade de jornais distribuídos, atualmente novas métricas passam a ser consideradas, como o acesso às notícias e o tempo de permanência no site do jornal (O'Donovan, 2014). Nesse contexto, os veículos precisam planejar estratégias para atrair leitores para o seu site. Uma delas é postar links para as principais notícias em sites de rede social como Twitter e Facebook. Entretanto, ainda que os veículos possam postar notícias, os usuários que interagem nesses espaços em rede também podem contribuir para promover a circulação de narrativas sobre os acontecimentos.

¹ RSS (Really Simple Syndication) é uma forma de distribuição de conteúdos online que permite a “assinatura” de um *feed* de notícias o qual permite ao usuário reunir diversas assinaturas em um mesmo software leitor de *feeds*.

² PDF (Portable Document Format) é um formato de arquivo criado pela Adobe para representar documentos independentemente do suporte ou do sistema operacional, podendo conter textos e imagens.

Com base nesse contexto, o presente trabalho procura abordar a circulação jornalística em sites de rede social no jornalismo em rede. Para tanto, parte da premissa de que interagentes podem participar do processo jornalístico não só na produção de conteúdos e como fontes, mas também contribuindo para potencializar o alcance de um conteúdo jornalístico, através da recirculação.

Desde seus primórdios, a essência do jornalismo sempre esteve em sua distribuição – mais do que produzir conteúdos, é preciso que a notícia chegue ao público consumidor. Mesmo assim, o consumo muitas vezes é tratado como algo externo ao jornalismo, como se o processo se encerrasse após a distribuição. Neste trabalho, considera-se o consumo como parte indissociável do processo jornalístico, na medida em que pode resultar num subproduto criativo que contribui para dar ainda mais visibilidade às notícias – a recirculação.

A estrutura de rede da internet propicia canais de participação em que indivíduos podem registrar comentários e auxiliar na distribuição de notícias, como no caso dos sites de rede social. O próprio jornalismo pode ser visto através da metáfora da rede, como uma constelação de atores e entes que contribuem para a produção e circulação de notícias por diferentes canais. Além de pensar a circulação em um suporte específico – os sites de rede social – este trabalho também leva em consideração autores que consideram o jornalismo como uma rede (Baroel & Deuze, 2001; Heinrich, 2011; Russell, 2011).

Buscando situar a especificidade da presente pesquisa, a seguir apresentam-se justificativas para o estudo, um breve estado da arte das pesquisas na área e o percurso acadêmico que levou ao recorte do tema proposto.

Justificativa

A participação no jornalismo e na cibercultura costuma ser abordada no contexto da etapa de produção – poder produzir conteúdos é considerado participar. Mas ao observar as práticas nos sites de rede social, percebe-se que a circulação também poderia ser participativa, na medida em que pode envolver a produção ou reprodução de conteúdos jornalísticos bem como a produção de conteúdos derivados a partir das notícias disponibilizadas ou reverberadas pelos jornais. Com a internet, mais do que todo mundo poder ser jornalista, todos podem também ser jornalheiros (Palacios, 2008), na medida em que podem produzir e também contribuir para fazer circular notícias. Nesse sentido, a presente pesquisa traz como diferencial o fato de buscar considerar a circulação como uma modalidade de participação na circulação jornalística.

Uma outra justificativa para o estudo diz respeito à tentativa de abordar as condições de interação no momento em que os fenômenos ocorrem, algo típico das práticas digitais:

O contraste entre a comunicação massiva e outros níveis midiáticos só poderá ser plenamente compreendido se os movimentos interacionais forem estudados em todas as suas dimensões e, de preferência, enquanto eles ocorrem. Ou seja, é preciso observar-se como os interagentes envolvidos negociam suas posições de produção e recepção e como elas se alternam (as condições de interação) (Primo, 2013, p. 27).

No campo do jornalismo, o trabalho se insere em um paradigma sociocêntrico (Motta, 2005), na medida em que considera as relações sociais em torno do jornalismo como essenciais à prática e ao processo. Esse foco também está relacionado à linha de pesquisa em que o presente projeto se insere: o trabalho é desenvolvido no âmbito da linha de pesquisa “Informação, Redes Sociais e Tecnologias” do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS), voltada para o estudo de “fenômenos sociais mediados pelas tecnologias”³.

Esse enfoque traz algumas consequências em termos de recorte do trabalho. Ao invés de olhar para a circulação a partir da instância da produção de notícias (como o fazem grande parte dos trabalhos que abordam a circulação jornalística), busca-se olhar para a circulação a partir das narrativas postas em circulação. Assim, ao invés de olhar para o que os jornais colocam em circulação, olha-se para o que circula a partir de um determinado tema ou assunto. O recorte está no acontecimento, e não no veículo.

O trabalho também traz como um diferencial o fato de lançar luz sobre o contexto local ao tratar do jornalismo em rede, uma abordagem teórica que vem sendo sistematizada e utilizada em outros países e em outros contextos culturais. Assim, a presente pesquisa se foca no caso brasileiro, embora reconheça que o fenômeno da participação no jornalismo pode tanto transcender culturas nacionais quanto se manifestar de formas ligeiramente diferentes em culturas diversas (Singer et al., 2011).

Sites de rede social são bastante populares no Brasil. Em janeiro de 2013, mais de 46 milhões de brasileiros – o que corresponde a 86% do total de internautas ativos no país – acessaram algum site da subcategoria “comunidades”, o que inclui sites de rede social, blogs, microblogs e fóruns (Ibope, 2013). Esses índices de acesso podem ser ainda maiores se se considerar acessos via celular. Como exemplo da tendência de acessar redes sociais por

³ Linhas de Pesquisa do PPGCOM/UFRGS. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/ppgcom/novosite/index.php?option=com_content&view=article&id=61&Itemid=78>. Acesso em: 27 mar. 2014.

dispositivos móveis, a operadora de telefonia celular Claro⁴ oferece acesso gratuito a Twitter e Facebook.

O maior site de rede social do mundo atualmente é o Facebook, com 1,3 bilhão de usuários. O Brasil possui a terceira maior base de usuários no Facebook, com 73 milhões de usuários ativos em março de 2013 (Índia, 2013), atrás apenas de Estados Unidos e Índia. Conforme o ranking do Alexa, que ranqueia os sites a partir de uma combinação entre a média de visitantes diários e o total de visitas no mês de cada site, o Facebook aparece como o segundo site mais utilizado no Brasil em julho de 2014, atrás apenas do Google⁵. YouTube aparece na 4ª posição, Twitter na 12ª, LinkedIn na 13ª, e Instagram na 16ª posição. Esses números trazem indícios do papel proeminente das mídias sociais na internet no Brasil, e atestam a relevância de se estudar práticas sociais inseridas nesse cenário, como no caso da circulação jornalística através dos sites de rede social.

Um outro elemento importante para a constituição do cenário do presente trabalho é a prática cada vez mais comum de consumir e compartilhar notícias nos sites de rede social. De acordo com o relatório *State of the News Media* do Pew Research (Mitchell & Page, 2014), nos Estados Unidos, “metade (50%) dos usuários de redes sociais compartilham ou repostam notícias, imagens ou vídeos ao passo que quase a metade (46%) discute notícias ou acontecimentos em sites de rede social” (p. 5, tradução nossa)⁶. Ainda que baseados na realidade norte-americana, esses números trazem indícios de que a recirculação jornalística seria uma prática comum dentre os usuários de sites de rede social.

Por fim, uma última justificativa diz respeito à escolha da temática do trabalho. Dentre inúmeras possibilidades, optou-se por focar o estudo nas narrativas no Twitter em torno de acontecimentos relacionados à Copa do Mundo de 2014. A Copa do Mundo foi um evento esportivo de grandes proporções realizado no Brasil em 2014. Por se tratar de um evento programado, veículos de imprensa do país estariam preparados para realizar a cobertura do mesmo. Por se realizar no país, seria possível encontrar inúmeros *tweets* brasileiros abordando o tema. Durante a realização da Copa, o Twitter se confirmou como um espaço propício para a circulação de notícias sobre o tema, mesmo com a relativa baixa utilização da ferramenta em termos gerais no Brasil e no mundo. A partida entre Brasil e Alemanha, ocorrida em 08 de

⁴ <http://www.claro.com.br/atendimento/celular/saiba-mais-sobre-o-acesso-gratis-ao-twitter-e-facebook/>

⁵ Disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em 25 ago. 2014.

⁶ Tradução de: “half (50%) of social network users share or repost news stories, images or videos while nearly as many (46%) discuss news issues or events on social network sites” (p. 5).

julho, tornou-se o evento esportivo mais tuitado da história⁷, com 35,6 milhões de *tweets*. Após o gol de Sami Khedira, o quinto gol da Alemanha aos 29 minutos do primeiro tempo, o pico chegou a 580.166 *tweets* por minuto. Esse índice de *tweets* supera outras marcas atingidas durante a própria Copa. A partida entre Brasil e Chile em 28 de junho, por exemplo, teve 16,4 milhões de *tweets*⁸. Após o Chile errar o último pênalti, o número de *tweets* por minuto chegou a 389.000⁹.

Esses números atestam que o Twitter continua relevante para a cobertura de grandes eventos, apesar de ser consideravelmente menor que o Facebook em termos de número de usuários¹⁰.

Estado da arte

Diversos estudos abordaram temáticas relacionadas à presente pesquisa, como no caso de trabalhos sobre circulação, etapas do processo jornalístico, participação no jornalismo, acontecimento, jornalismo e redes sociais, e jornalismo em rede¹¹.

A circulação é abordada no âmbito dos estudos de recepção e midiatização, como um processo que aconteceria “entre” a produção e a recepção, e que cada vez possui maior importância devido a novas configurações comunicacionais (Fausto Neto, 2010; Braga, 2010; Verón, 2009). No âmbito do jornalismo, estudos de perspectivas diversas abordam a circulação e a distribuição de conteúdos (Machado, 2008; Thorn & Pfeil, 1987; Chagas, 2013, 2014; Infiesta, 2008) como uma etapa do processo jornalístico, em geral com foco no jornalismo impresso.

As etapas do processo jornalístico, como no caso da produção e da circulação jornalística (Alsina, 2009; Machado & Palacios, 2007a; Hermida, 2011; Schwingel, 2012), já foram objeto de inúmeros estudos a partir de diferentes perspectivas e contextos. A participação no jornalismo, por sua vez, vem sendo discutida desde os primórdios da

⁷ “Brasil e Alemanha é o jogo mais tuitado da história”, *Zero Hora*, 09 jul. 2014. Disponível em <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/copa-2014/noticia/2014/07/brasil-e-alemanha-e-o-jogo-mais-tuitado-da-historia-4547055.html>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

⁸ <https://twitter.com/twitterdata/status/482986773597802496>

⁹ “World Cup diary: Brazil-Chile breaks tweet record set by Super Bowl”, *The Guardian*, 29 jun 2014. Disponível em <<http://www.theguardian.com/football/2014/jun/29/world-cup-2014-diary-brazil-chile-tweet-record-superbowl>>. Acesso em: 01 jul. 2014.

¹⁰ No segundo trimestre de 2014, o Twitter possuía 271 milhões de usuários ao passo que o Facebook contava com 1,3 bilhão. “Número de usuários ativos do Twitter bate expectativas”, *Exame*, 29 jul. 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/numero-de-usuarios-ativos-do-twitter-bate-expectativas-e-acoes-disparam-2>>. Acesso em: 15 set. 2014.

¹¹ Ainda que o estado da arte aqui apresentado não se limite apenas a teses e dissertações, o levantamento não abrange plenamente teses e dissertações publicadas no Brasil sobre as temáticas devido ao fato de que, na época da pesquisa, o Banco de Teses e Dissertações da CAPES possuía apenas a base de dados completa referente aos anos de 2011 e 2012. Disponível em: <<http://bancodeteses.capes.gov.br/>>. Acesso em: 09 abr. 2014.

imprensa (Deuze, 2006) e recebeu novo fôlego com as discussões acerca da participação no ambiente online e na cibercultura, como no caso das formas de webjornalismo participativo (Aragão, 2012; Barcelos, 2011; Belochio, 2009; Brambilla, 2006; Lindemann, 2008; Lindemann, 2014; Primo & Träsel, 2006; Singer et al., 2011; Träsel, 2007; Zimmermann, 2012) ou de outros papéis colaborativos que eventualmente possam ser assumidos pelo público no jornalismo digital (Barsotti, 2012; Magalhães, 2012; Storch, 2009).

O acontecimento jornalístico já foi abordado por inúmeras perspectivas. Como exemplo de produção acadêmica no Brasil, pode-se citar as coletâneas organizadas pelo “Projeto TECER: Jornalismo e Acontecimento” (Benetti & Fonseca, 2010; Leal, Antunes & Vaz, 2011; Marocco, Berger & Henn, 2012; Vogel, Meditsch & Silva, 2013), além de teses e dissertações elaboradas nos programas das universidades participantes do projeto (Coelho, 2013; Dorneles, 2012; Silva, 2011; Simões, 2012; Trindade, 2012; Zamin, 2012). Há ainda trabalhos que se debruçam especificamente nas especificidades do acontecimento no ambiente digital (Henn, 2011, 2013; Migowski, 2013; Rebs, 2009), em especial em termos de como se dá a produção do acontecimento jornalístico nas redes sociais na internet (Baccin, 2012; Höehr, 2013; Henn, Höehr & Berwanger, 2012).

Embora diversos estudos tenham abordado a relação entre jornalismo e sites de rede social como Twitter, Facebook e Orkut (Baccin, 2012; Bruno, 2011; Bruns & Highfield, 2012; Cajazeira, 2013; Dalmaso, 2012; Flores, 2012; Hermida, 2012; Höehr, 2013; Júnior, 2013; Kondratsch, 2012; Moragas, 2013; Morais, 2011; Primo, 2011; Sousa, 2013; Teixeira, 2011; Turtelli, 2012; Vis, 2012) pesquisas voltadas ao potencial do uso desses espaços para a circulação de notícias são ainda escassas (Kischinhevsky, 2012; Newman, 2011; Sousa, 2013; Zago, 2012a). Ainda que os estudos existentes abordem diversas perspectivas e funcionalidades, eles possuem, em sua maioria, caráter exploratório (Cajazeira, 2013; Dalmaso, 2012; Júnior, 2013). Os estudos que assumem um caráter aprofundado geralmente optam por focar em apenas um aspecto relacionado à circulação, como no caso de Hong (2012), cujo trabalho associa um maior uso do Twitter por jornais com uma maior presença de mídias sociais como fonte de tráfego para o site dos jornais, de Tavares (2013), que procurou observar a circulação de ciber-informações nativas em cibermeios, ou de Bastos & Zago (2013), que identificaram os padrões de uso do Twitter associados a conteúdos jornalísticos em diferentes países a partir da mensuração do número de retweets a cada link de notícia postada pelos jornais.

No Brasil, há pesquisas acadêmicas que procuram identificar o uso que determinados veículos ou programas fazem dos sites de rede social, como o trabalho de Corrêa (2013),

sobre o uso do Facebook pelo programa Estúdio Móvel da TV Brasil, o trabalho de Ferreira (2011) sobre a cobertura do programa Roda Viva pelo Twitter, o trabalho de Sousa (2013), com foco na circulação de notícias sobre a tragédia de Santa Maria nos perfis no Facebook e no Twitter do jornal Estadão, ou o trabalho de Tourinho (2014), sobre a cobertura do conclave de 2013 nos perfis no Facebook e no Twitter dos jornais Folha de S.Paulo, The New York Times, El País, The Guardian e Le Monde.

A dissertação de Sousa (2013) relaciona-se particularmente a este trabalho pelo fato de abordar as dinâmicas da notícias nas redes sociais, expressão utilizada pela autora para se referir “ao movimento do texto noticioso provocado pela interação dos actantes da rede que a reconfiguram constantemente” (Sousa, 2013, p. 25). Entretanto, o uso do termo dinâmicas feito pela autora difere consideravelmente do modo como o mesmo é empregado no presente trabalho. Enquanto em Sousa (2013) as dinâmicas identificadas dizem respeito à forma de apresentação, ao conteúdo das postagens e às ações participativas dos usuários nos perfis jornalísticos no Twitter e no Facebook, na presente pesquisa o termo dinâmicas é empregado no sentido de Recuero (2009) para se referir às diferentes configurações e práticas observadas nas redes sociais estudadas.

Estudos que utilizam procedimentos e métricas de análise de redes sociais (ARS) para abordar o jornalismo são escassos. Como exemplos podemos citar o trabalho de Recuero (2011) que utilizou ARS para observar o capital social gerado em torno de duas notícias, e a pesquisa doutoral de Anderson (2013), que empregou a análise de redes sociais para identificar os ambientes de estudo para uma etnografia em rede do jornalismo na Philadelphia. No Brasil e no mundo há grupos de pesquisadores que trabalham com visualizações de grandes quantidades de dados (*big data*) a partir de dados coletados em sites de rede social. Embora o foco não necessariamente seja jornalístico, há trabalhos que se relacionam com o jornalismo. Como exemplos, pode-se citar o Labic/UFES¹², coordenado pelo professor Fábio Malini, no Brasil, e a plataforma Mapping Online Publics¹³, que reúne projetos de pesquisadores australianos, com coordenação de Axel Bruns. Fora do âmbito acadêmico, há ainda projetos, voltados para jornalistas, que exploram visualizações de notícias a partir da relação entre termos¹⁴ e entre as fontes mencionadas nas notícias¹⁵, gerando grafos que podem ser analisados a partir de ARS.

¹² <http://www.labic.net> / Exemplo de trabalho relacionado ao jornalismo: grafo da rede de RTs sobre o Marco Civil: <http://www.labic.net/grafos/o-marco-civil-uma-controversia-a-cartografar/>

¹³ <http://mappingonlinepublics.net>

¹⁴ Como no Projeto Overview, da Associated Press <http://overview.ap.org>

De uma forma mais ampla, a temática do jornalismo em rede aparece em trabalhos acadêmicos no Brasil e no exterior. No Brasil, a tese de Rublescki (2011) aborda as transformações em um contexto de jornalismo líquido, que se espalha por diversas plataformas. Já a tese de Buss (2014) procura identificar possíveis mudanças nos critérios de noticiabilidade em uma perspectiva de rede (apesar de concluir que não há mudanças nesses critérios). No exterior, o jornalismo em rede recebe destaque em livros como *Networked*, de Russell (2011) e *Network Journalism*, de Heinrich (2011). A temática também é abordada por Bardoel e Deuze (2001) em artigo sobre o tema. Ainda que o enfoque principal não seja o jornalismo, pode-se citar o livro *Spreadable Media* (Jenkins, Ford & Green, 2013) como um referencial teórico importante para compreender a lógica da circulação em rede.

A partir de Jenkins, Ford e Green (2013), Dalmonte (2014) aborda a recirculação no contexto de segunda tela, como no caso de assistir televisão enquanto recircula conteúdo nos sites de rede social. Ao lado da dissertação da autora (Zago 2011), esses são os dois únicos trabalhos que se tem conhecimento que abordam especificamente a recirculação de conteúdos.

Percurso acadêmico

A escolha do tema da presente tese parte de uma vontade de aprofundar a pesquisa iniciada com a dissertação da autora (Zago, 2011a), intitulada “Recirculação Jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação”. A dissertação é tomada como ponto de partida para pensar de forma mais aprofundada o que naquele momento se caracterizou como recirculação jornalística. Enquanto na dissertação o foco foi no **que** circulava no Twitter, na tese o foco recai sobre **como** as informações circulam, ou seja, às estruturas e dinâmicas associadas à circulação em um ambiente de rede.

Essa escolha está relacionada ao percurso realizado no PPGCOM/UFRGS em termos de disciplinas cursadas e artigos produzidos. O primeiro ano do doutorado foi dedicado a disciplinas e leituras, o que resultou na elaboração de resenhas (Zago, 2012b, 2012c), e à realização dos primeiros estudos exploratórios sobre o tema (Zago & Rebs, 2011; Zago, 2011b; Recuero & Zago, 2012; Recuero, Araújo & Zago, 2011). Em Zago e Rebs (2011) o foco foi em compreender as apropriações de usuários brasileiros do site de rede social Foursquare. Já em Zago (2011b) o foco recaiu na compreensão do Twitter como fonte para o jornalismo tradicional. Nesse primeiro ano também se procedeu às primeiras pesquisas

¹⁵ Como no News Explorer do Europe Media Monitor
<http://emm.newsexplorer.eu/NewsExplorer/home/en/latest.html>

empregando análise de redes sociais para estudar a difusão de informações no Twitter, em especial o papel do retweet no espalhamento de informações (Recuero & Zago, 2011), bem como o capital social associado à prática de retweet (Recuero, Araújo & Zago, 2011).

No segundo ano do doutorado, mais estudos exploratórios foram realizados, com pesquisas apresentadas em diversos congressos acadêmicos (Zago, 2012a, 2013a, 2013b). Em Zago (2012a) buscou-se aprofundar a compreensão das distinções entre circulação e recirculação jornalística, anteriormente ensaiada na dissertação. Zago (2013a) teve como foco compreender a recirculação como uma dimensão do acontecimento jornalístico. E Zago (2013b) teve como objetivo compreender um dos desdobramentos possíveis da recirculação, o remix.

O terceiro ano do doutorado foi marcado pela realização de pesquisas individuais e em parcerias que levaram a um aprofundamento empírico da questão a ser abordada sob diversos ângulos (Zago, 2013c; Zago, 2013d; Bastos & Zago, 2013; Zago & Migowski, 2013b; Zago & Bastos, 2013; Zago & Bastos, 2014). Zago (2013c) procurou identificar as percepções dos usuários sobre o Twitter e o Facebook enquanto espaços para circulação jornalística. Já em Zago (2013d) o foco recaiu na tentativa de compreender os veículos jornalísticos enquanto organizações comunicadas e faladas no Twitter. Em Zago e Migowski (2013b) estudou-se de forma aprofundada um especial multimídia do jornal Zero Hora que se utilizava de contribuições no Twitter. Bastos e Zago (2013) teve como foco compreender como diferentes tipos de notícia circulam no Twitter. Em Zago e Bastos (2013), procedeu-se a uma comparação entre Facebook e Twitter em termos de temáticas que mais circulam nesses espaços. Em Zago & Bastos (2014), por sua vez, procurou-se abordar a articulação entre Twitter e mídia impressa em torno de um acontecimento em específico, a tragédia de Santa Maria.

No final do terceiro ano e no quarto ano de doutorado, foram realizados estudos em coautoria sobre tecnologia e jornalismo (Primo e Zago, 2015; Zago & Belochio, 2014; Belochio & Zago, 2014; Sardá et al, 2014; Recuero, Bastos & Zago, 2014) e envolvendo o uso de análise de redes sociais (Bastos, Recuero & Zago, 2014; Zago, Recuero & Bastos, 2014; Recuero, Zago & Bastos 2014a; Recuero, Zago & Bastos, 2014b) que contribuíram para moldar o foco final do trabalho. Em Primo e Zago (2015), buscou-se articular a Teoria Ator-Rede ao jornalismo, buscando compreender o papel de atores humanos e não-humanos (como a tecnologia) no contexto da convergência jornalística. Já em Zago e Belochio (2014), buscou-se identificar as propostas comunicacionais dos veículos jornalísticos em diferentes sites de rede social a partir da análise da descrição dos veículos em cada espaço. Em Belochio

& Zago (2014), por sua vez, o foco recaiu no estudo das franquias jornalísticas a partir da análise de aplicativos para tablets. Em Sardá et al (2014) buscou-se caracterizar o que se chamou de “buzzfeedização do jornalismo”, ou a tendência de jornais usarem listas, quizzes e outros elementos da linguagem do site BuzzFeed para atrair leitores. Em Recuero, Bastos & Zago (2014), buscou-se analisar aspectos nas narrativas dos veículos jornalísticos no Twitter durante os protestos de junho de 2013. A análise de redes sociais enquanto método de pesquisa, por sua vez, apareceu em Bastos, Recuero e Zago (2014), no qual buscou-se relacionar a localização geográfica dos usuários que tuitaram sobre os protestos durante as manifestações de junho de 2013 no Brasil, em Zago, Recuero e Bastos (2014), trabalho cujo foco recaiu em compreender o papel desempenhado por três grupos de usuários (celebridades, ativistas e imprensa) na circulação de informações sobre os protestos no Twitter, em Recuero, Zago & Bastos (2014a), com foco na análise da correlação entre termos usados em *tweets* sobre os protestos de 2013 no Brasil, e em Recuero, Zago & Bastos (2014b), no qual se empregou análise de redes sociais para mapear discursos no Twitter e no Facebook a favor e contra os “rolezinhos”.

Na reta final da pesquisa, ainda foram feitos os primeiros estudos relacionados à temática Copa do Mundo (Zago, 2014a, 2014b, 2014c). O primeiro deles (Zago, 2014a) foca especificamente nas narrativas no Twitter em torno do reduzido espaço concedido ao exosqueleto na abertura da Copa, análise que posteriormente foi incorporada à tese. O segundo estudo (Zago, 2014b) trata dos memes surgidos nas redes durante a Copa, buscando relacionar com o cenário de jornalismo em rede. Por fim, Zago (2014c) aborda a construção do acontecimento jornalístico no Twitter a partir de usuários do Twitter que passaram a se referir ao jogador Podolski, da Alemanha, como se este fosse brasileiro.

Esses trabalhos, realizados de forma individual ou coletiva, contribuíram para definir os contornos da presente pesquisa. Com base nisso, a seguir são apresentados objeto, problema e objetivos da pesquisa.

Objeto

A pesquisa possui como objeto teórico a tentativa de compreender a circulação jornalística de diferentes tipos de acontecimentos em sites de rede social no contexto do jornalismo em rede. Assim, compreende-se que o jornalismo em si seria estruturado como uma rede, na qual diversos atores, e não apenas os próprios veículos jornalísticos, contribuem para a circulação de conteúdos. Nesse sentido, a circulação jornalística é compreendida como uma etapa na qual o público pode participar, através da recirculação.

Nesse contexto, o acontecimento é tomado como um acontecimento em rede, e por conta disso, possui particularidades na circulação de suas narrativas dentro e fora do contexto jornalístico. Assim, a circulação de narrativas do acontecimento em rede apresentaria especificidades, que devem ser identificadas e aprofundadas de modo a melhor se compreender o jornalismo contemporâneo.

Como objeto empírico, busca-se mapear a circulação de narrativas sobre acontecimentos jornalísticos no Twitter, buscando identificar diferenças e semelhanças nas dinâmicas de rede de acontecimentos de diferentes tipos. Esse objeto empírico também possibilita a aproximação proposta em um dos objetivos específicos do trabalho: empregar o método de análise de redes sociais para compreender as transformações no jornalismo nos sites de rede social. Com isso, espera-se ser possível identificar nós centrais e estruturas de rede específicas na circulação de informações sobre determinados tipos de acontecimentos jornalísticos.

O trabalho é operacionalizado a partir do estudo das narrativas no Twitter em torno de quatro acontecimentos relacionados à Copa do Mundo de 2014. Esses casos foram escolhidos por abranger diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos – o que possibilitou comparar elementos da circulação e recirculação em cada situação.

A circulação é compreendida como uma etapa do processo jornalístico que pode ser desdobrada em duas facetas: a circulação propriamente dita, promovida pelos veículos jornalísticos ao distribuir notícias por seus canais oficiais, e a recirculação, promovida pelos usuários ao filtrar notícias e colocar em circulação narrativas em torno dos acontecimentos jornalísticos.

Problema de pesquisa

Nos sites de rede social, interagentes compartilham conteúdos diversos ao longo do dia. Dentre esses conteúdos, podemos encontrar notícias, as quais podem ser postadas por veículos jornalísticos e também pelos próprios interagentes, ao compartilhar ou comentar uma notícia anteriormente posta em circulação pelos veículos. Os conteúdos jornalísticos podem tanto ser meramente “postos em circulação” pelos interagentes ou ainda apropriados em outros sentidos possíveis.

A possibilidade de participação dos interagentes na circulação jornalística complexifica o processo jornalístico. Essa visão mais complexa da circulação jornalística seria decorrente do modo como as relações se estabelecem em torno do jornalismo na contemporaneidade, diante da possibilidade de produção de conteúdo por diversos atores,

muitas vezes nos mesmos espaços em que o jornalismo tradicional circula. Esse paradigma é abordado no trabalho como sendo de um jornalismo em rede (Heinrich, 2011; Russell, 2011), no qual diversos atores constituem os “nós” de uma complexa rede de circulação de notícias e conteúdos.

Partindo do pressuposto de que o jornalismo contemporâneo se estrutura como uma rede, na medida em que diferentes nós participam do processo em termos de apuração, produção e circulação de notícias, entende-se que o acontecimento jornalístico nesse cenário também passaria por modificações. O acontecimento em rede possui especificidades que precisam ser estudadas para que possa ser compreendido enquanto acontece.

Como recorte metodológico, o trabalho considera a rede do acontecimento a partir dos atores/nós que fazem circular um conteúdo. Nesse sentido, ao fazer circular um desdobramento do acontecimento, diversos atores contribuem para a constituição do acontecimento em rede.

Fazer circular, neste trabalho, é entendido como compartilhar um conteúdo associado ao acontecimento em um suporte que o torne visível para outros usuários. Nesse sentido, tanto o veículo jornalístico, na circulação, quanto os interagentes, na recirculação, contribuem para fazer circular narrativas associadas ao acontecimento jornalístico.

Ainda que produção e circulação de conteúdos ocorram a partir de diversos nós, nem sempre essas práticas são entendidas como jornalísticas. Neste trabalho, entende-se que as práticas do público na circulação jornalística em rede constituem-se como elementos que se agregam ao processo jornalístico como um todo, e, por isso, são relevantes para o estudo do jornalismo. Sendo assim, o presente trabalho parte dos seguintes questionamentos: Como ocorre a circulação e a recirculação de diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos no jornalismo em rede diante da possibilidade de participação do público no processo jornalístico? Que ressignificações podem ser observadas no próprio acontecimento a partir da possibilidade de participação na circulação jornalística?

Objetivos

A seguir são apresentados os objetivos propostos para a tese, considerando-se um foco na comparação das formas de circulação de diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos em sites de rede social.

A partir da estrutura e da dinâmica das redes sociais associadas a determinados tipos de acontecimentos jornalísticos e das ressignificações provocadas pela participação do

público no jornalismo em rede, a pesquisa tem por objetivo geral identificar particularidades na circulação de narrativas de acontecimentos jornalísticos em sites de rede social.

Para que o objetivo seja alcançável, a pesquisa é desdobrada nos seguintes objetivos específicos:

a) Mapear a circulação de diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos em um site de rede social específico – o Twitter – de modo a comparar as especificidades em termos de conteúdos postos em circulação, nós centrais, estrutura e dinâmicas de redes sociais e relação das redes sociais com o jornalismo em rede;

b) Identificar as especificidades da circulação jornalística no jornalismo em rede a partir da aproximação entre Jornalismo e Análise de Redes Sociais;

c) Caracterizar o acontecimento em rede a partir das especificidades de sua circulação e recirculação;

d) Compreender as possíveis ressignificações do acontecimento a partir de narrativas em sites de rede social;

e) Identificar formas de participação do público na circulação jornalística em sites de rede social.

Hipóteses

As seguintes hipóteses nortearão esta tese na busca por atingir as questões e os objetivos elencados acima:

Hipótese 1: Diferentes tipos de acontecimentos circulam de modo diferente em sites de rede social. Essas diferenças na circulação podem ser percebidas em termos de estrutura e dinâmica de redes sociais.

Hipótese 2: A possibilidade de participação do público na circulação jornalística provoca ressignificações no acontecimento jornalístico.

Estrutura do trabalho

De modo a cumprir os objetivos traçados, o trabalho está organizado da seguinte forma: há quatro “nós” teóricos principais, os quais servem de base e fundamento para a pesquisa empírica. Na sequência, há três “nós” empíricos, um voltado para a metodologia, outro voltado para a apresentação dos resultados, e um terceiro dedicado à discussão dos resultados.

A **rede teórica** procura situar a circulação e recirculação jornalística em um cenário de jornalismo em rede. Assim, o primeiro nó da pesquisa é “Rede”. Neste nó são abordados

conceitos, estrutura e dinâmica de redes, bem como a aplicação da metáfora de rede ao jornalismo, no jornalismo em rede. Os principais autores abordados incluem Recuero (2009a), Ellison & boyd (2013), Scott (2013), Heinrich (2011), Russell (2011), dentre outros.

No segundo nó, “Circulação”, o foco recai sobre questões associadas à circulação de conteúdos na cibercultura e no jornalismo. Autores utilizados para embasar essa parte incluem Machado (2008), Alsina (2009), Shirky (2010), Bruns (2008), Jenkins (2008), dentre outros.

O terceiro nó, por sua vez, aborda a “Recirculação” de conteúdos, entendida como uma forma de participação do público na circulação de conteúdos jornalísticos. Esse capítulo baseia-se, dentre outros autores, em Jenkins, Ford & Green (2013) e Russell (2011).

O quarto nó teórico, “Acontecimento”, procura definir e apontar tipos de acontecimentos e suas narrativas. Como bases teóricas, tem-se Alsina (2009), Rodrigues (1996), Henn (2013), dentre outros autores.

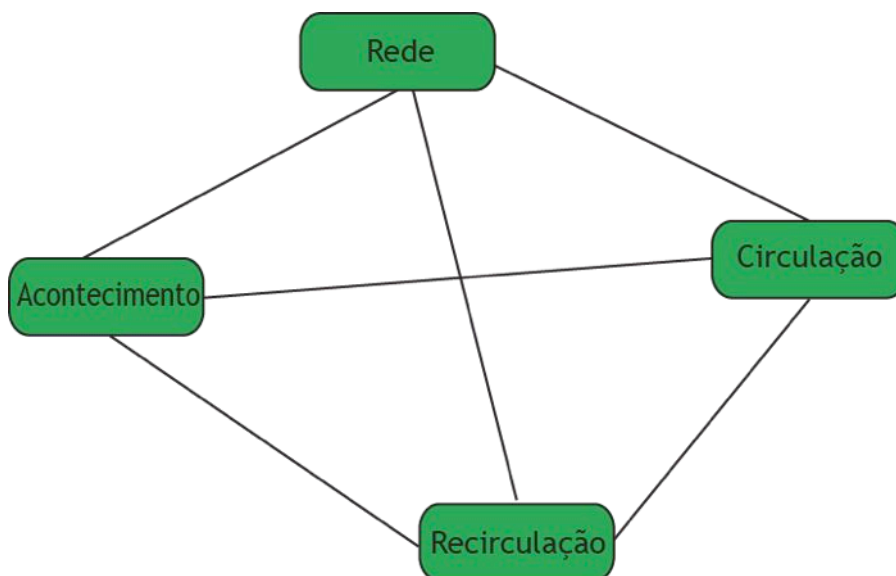
Após esses quatro primeiros nós teóricos, apresenta-se a **rede empírica**, com nós que abordam a pesquisa empírica realizada, a qual envolveu o estudo de narrativas no Twitter em torno de acontecimentos relacionados à Copa do Mundo de 2014. O estudo foi realizado a partir de dados do Twitter coletados com a ferramenta NodeXL e analisados mediante emprego de análise de redes sociais.

Assim, o quinto nó do trabalho aborda os procedimentos metodológicos empregados na presente pesquisa. A partir de uma perspectiva eminentemente qualitativa, buscou-se combinar técnicas de observação e de análise de redes sociais para estudar os quatro casos escolhidos como recorte do trabalho.

O sexto nó apresenta os resultados obtidos com a análise de redes sociais de quatro conjuntos de narrativas no Twitter em torno da Copa do Mundo de 2014. Esses quatro conjuntos de dados foram escolhidos por representarem diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos que puderam ser observados durante a Copa.

No sétimo nó da pesquisa, por sua vez, são discutidos os resultados obtidos a partir do confronto entre os dados obtidos na parte empírica com o referencial abordado na parte teórica do trabalho.

Por fim, são apresentadas as considerações finais. Após o percurso de pesquisa, conclui-se que a participação do público na circulação jornalística traz modificações tanto para o jornalismo (na medida em que mais nós passam a integrar o jornalismo em rede) como também pode provocar ressignificações no próprio acontecimento.

PARTE I – Rede teórica

1 REDE

Em essência, uma rede é emergente, forma-se de baixo para cima: não há uma autoridade central impondo regras e limites para a sua criação e formação. Para Castells (1999, p. 499), “redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos”. Por conta de seu potencial democrático, a metáfora de rede tem sido empregada para descrever diversas instâncias do contemporâneo, das organizações em rede (Gameiro, 2008) ao jornalismo em rede (Bardoel & Deuze, 2001; Heinrich, 2011; Russell, 2011).

Neste capítulo, em um primeiro momento, são abordados conceitos básicos sobre redes e redes sociais, em especial em termos de estrutura e dinâmicas. Na sequência, fala-se da metáfora de rede e sua relação com o jornalismo. Ao final, são traçadas considerações gerais sobre o contexto de jornalismo em rede.

1.1 Redes sociais: conceitos, estruturas e dinâmicas

O estudo das redes tem origem nas ciências exatas, com a teoria dos grafos. A teoria dos grafos remonta ao matemático Leonhard Euler, que, em 1736, fez uma representação visual buscando desvendar o enigma das pontes de Königsberg. A cidade era cortada por sete pontes e o enigma consistia em como atravessar a cidade passando por todas as pontes sem repeti-las. A partir da representação gráfica das possibilidades, Euler provou tratar-se de uma tarefa impossível. A imagem representando as possibilidades da ponte tratava-se de um grafo, com nós conectados por arestas, que, em conjunto, formam uma rede. No grafo, os nós (bolas) representam as porções de terra e as arestas (linhas conectando os nós) representam os caminhos possíveis (pontes) entre as diferentes porções de terra (Figura 1).



Figura 1. Enigma das pontes de Königsberg e representação das possibilidades de travessia da cidade na forma de grafo (nós representam as porções de terra e arestas representam as pontes que as conectam).

Fonte: Compeau, Pevzner & Tesler (2011)

Na sociologia, os primeiros estudos de redes aparecem na década de 1940 (Scherer-Warren, 2006). Para além da aplicação matemática, passou-se a estudar redes sociais. Numa rede social, os nós são os atores (indivíduos ou organizações) e as arestas são as relações que conectam uns atores a outros (Recuero, 2009a). Por exemplo, se considerarmos uma redação jornalística como uma rede, cada profissional envolvido na produção de reportagens será um nó, e os diferentes vínculos trabalhistas (repórter, editor, cinegrafista, etc.) representam as conexões entre esses nós.

No começo, as redes sociais eram estudadas como estruturais, com propriedades fixas no tempo. Estudos posteriores mostraram que elas são dinâmicas, mudam constantemente no tempo (Recuero, 2009a). Para estudá-las, é necessário fazer um recorte. E esse recorte vai limitar que dinâmicas poderão ser observadas.

Watts (2011) reconhece o papel da web em tornar mensurável o imensurável: com suas estatísticas de acesso e dados sobre os usuários, ela forneceria importantes ferramentas para se analisar o comportamento humano. Estudos de grandes redes sociais eram antes impossíveis, ou, pelo menos, bem mais difíceis de se fazer. Não era possível colocar um grupo inteiro de pessoas dentro de um laboratório. Com a internet, fica mais fácil medir, experimentar, calcular e analisar redes sociais inteiras.

Enquanto metáforas estruturais, as redes possuem três topologias básicas (Baran, 1964): centralizada, descentralizada e distribuída (Figura 2). No primeiro modelo, as conexões partem de um único centro, o que resulta numa rede em formato de “estrela”, bastante próxima ao modelo de comunicação de massa (um emissor transmite uma mesma mensagem para vários receptores). Já nas redes descentralizadas, alguns poucos nós irradiam as demais conexões, em um modelo bastante similar ao fluxo de comunicação em dois níveis (de acordo

com essa teoria, alguns líderes de opinião seriam responsáveis por repassar mensagens da mídia para os demais usuários). Na estrutura de rede distribuída, todos os nós possuem mais ou menos a mesma quantidade de conexões, como no caso de um clube em que cada membro pode convidar outras duas pessoas (cada nó estará conectado a outros três).

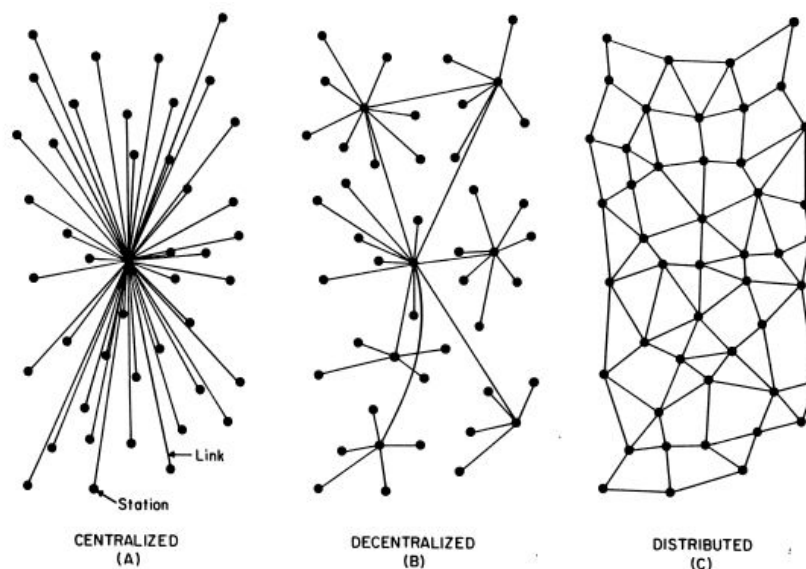


FIG. 1 – Centralized, Decentralized and Distributed Networks

Figura 2. Redes centralizadas, descentralizadas e distribuídas.
Fonte: Baran (1964, p. 16)

Na internet, ao menos em tese, podem ocorrer os três tipos de estrutura de rede (Recuero, 2009a). O fato de as redes na internet poderem ser dos três tipos traz implicações para a circulação de informação que ocorre nesses espaços, na medida em que os fluxos de informação vão poder se dar de um centro irradiador para outros indivíduos, como na mídia de massa, mas também partindo de vários e diversos pequenos centros, de forma distribuída, passando de nó a nó, ou ainda a partir de uma combinação de dois ou de três modelos ao mesmo tempo.

Assim, ainda que a metáfora de rede seja comumente associada a uma democratização da comunicação (em oposição a estruturas massivas), diferentes modelos de comunicação podem ser percebidos nas redes digitais. Nesse sentido, estudos posteriores a respeito da topologia de redes identificaram que a distribuição entre nós e conexões se daria conforme uma lei de potência, com poucos nós conectados a muitos outros nós, e muitos nós conectados a poucos nós (Barabási, 2003). Essa distribuição pode ser observada em diversos tipos de redes, desde redes de links na web, passando por redes de citação acadêmica, e também nas redes sociais

(Barabási & Bonabeau, 2003). O fato de que alguns nós são mais conectados do que outros traz implicações para essas redes, na medida em que pode haver conexões preferenciais, ou seja, os nós mais conectados tendem a ter mais visibilidade, e, por isso, seriam mais fáceis de ser encontrados. De fato, para Barabási (2003), haveria uma lei ou padrão de conexão, a qual ele denominou “ricos ficam mais ricos”, a partir da qual os nós mais ricos, ou seja, os nós mais conectados tendem a se tornar ainda mais ricos, ao passo que os nós menos ricos tendem a permanecer em posições menos centrais na rede.

Esses nós mais ricos poderiam influenciar outros nós. Entretanto, para Jenkins, Ford & Green (2013), a ideia de um “influenciador” é um dos maiores mitos da Web 2.0:

De fato, as pessoas exercem graus variados de influência. Seguimos recomendações de fontes confiáveis ao invés de estranhos, de experts ao invés de novatos. Entretanto, essa influência normalmente é contextual e temporal, depende do assunto, da credibilidade do falante, e de uma variedade de outros fatores. Claro, há influenciadores, mas quem são esses influenciadores muda substancialmente de uma situação a outra (Jenkins, Ford & Green, 2013, p. 80, tradução nossa)¹⁶.

A crítica aos influenciadores também aparece em Watts (2011). O autor busca desmistificar algumas crenças, como a ideia de que há algo especial por trás de quem inicia uma “epidemia social” – assim como não há nada de especial na pessoa que inicia um incêndio, para Watts (2011) também não há nada de especial na pessoa que, numa determinada situação, acaba por iniciar uma nova tendência.

Influenciador é apenas um dos papéis que podem ser exercidos circunstancialmente por usuários nas redes, e está associado aos usuários que atuam como *hubs* ou conectores. Smith et al (2014b) abordam dois papéis estratégicos nas redes sociais: os *hubs* e as pontes (*bridges*). Para os autores, enquanto os usuários que atuam como *hubs* se destacam por serem bastante citados e compartilhados, os usuários que atuam como pontes possuem o papel fundamental de interligar a rede. “Eles exercem o papel importante de passar informações de um grupo para outro. Esses usuários são necessários para fazer com que uma mensagem se torne ‘viral’” (Smith et al, 2014b, p.7, tradução nossa)¹⁷.

Para o estudo dos papéis dos nós na rede – e também para o estudo da rede como um todo – um dos métodos que podem ser empregados é a Análise de Redes Sociais¹⁸.

¹⁶ Tradução de: “Certainly, people exercise varying degrees of influence. We all take the recommendations of trusted sources over strangers, experts over neophytes. However, that influence typically is contextual and temporal, depending on the subject, the speaker’s credibility, and a variety of other factors. Sure, there are influencers, but who those influencers are may shift substantially from one situation to another” (p.80).

¹⁷ Tradução de: “They play the important role of passing information from one group to another. These users are often necessary to cause a message to ‘go viral’.” (p. 7)

¹⁸ Outros métodos possíveis de serem empregados incluem abordagens qualitativas a partir do capital social ou a utilização de outras perspectivas teóricas, como no caso da Teoria Ator-Rede, dentre outros.

A Análise de Redes Sociais (ARS) é um conjunto de métricas e técnicas de pesquisa utilizado para descrever a relação entre nós (atores) e suas conexões (arestas) (Degenne & Forsé, 1999; Hansen, Shneiderman & Smith, 2011; Scott, 2013; Wasserman & Faust, 1994). O foco da ARS está no estudo da estrutura dos grupos sociais, buscando identificar as relações entre os atores dos grupos (Wasserman & Faust, 1994). A ARS se utiliza de dados relacionais para analisar os nós em relação à rede. Diversas métricas são consideradas para o estudo da rede como um todo (como centralização, densidade, coeficiente de clusterização, dentre outros) ou de cada um de seus nós (grau de conexão, centralidade, grau de intermediação, dentre outros). Uma síntese de algumas dessas métricas pode ser vista no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1. Algumas métricas de Análise de Redes Sociais para medida do nó e da rede.

Métricas para estudo dos nós	
Grau de conexão	O grau de conexão refere-se à “força” da conexão entre dois nós. O grau de conexão é uma medida numérica, normalmente referida como o somatório de todas as conexões existentes entre A e B. Em redes direcionadas, o grau pode ser desdobrado em conexões recebidas (<i>indegree</i>) e conexões enviadas (<i>outdegree</i>). Assim, um jornal pode receber menções de outros jornais (conexões recebidas) ou fazer menções a outros veículos (conexões enviadas).
Centralidade	Medida de posição do nó na rede. Considerando os veículos jornalísticos do país, os veículos mais centrais seriam aqueles com maior número de leitores e assinantes.
Grau de intermediação	O grau de intermediação (<i>betweenness</i>) é outra medida de centralidade e indica o número de vezes que um nó serve de ponte entre outros grupos de nós. Se a maioria dos interagentes referenciar um mesmo jornal como fonte de um determinado acontecimento, esse veículo apresentará um maior grau de intermediação como fonte de informação para aquele acontecimento. Do mesmo modo, se um mesmo interagente referenciar vários jornais, ele poderá atuar como ponte conectando diferentes veículos.
Grau de proximidade	O grau de proximidade (<i>closeness</i>) indica o quão próximo um nó está dos demais da rede. Dois veículos jornalísticos ou dois jornalistas que trabalham em conjunto são mais próximos entre si do que dois veículos ou jornalistas que não trabalham em conjunto.
Centralidade Eigenvector	A centralização Eigenvector leva em consideração não só quantas conexões um nó possui (grau) como também o grau dos nós que estão conectados a ele. Se um veículo jornalístico estiver associado aos maiores veículos do país, ele terá uma centralidade Eigenvector maior que outros veículos não associados a eles ou associados com veículos de menor importância.

Métricas para estudo da rede	
Centralização	A centralização é uma medida focada no quão centralizado um grafo está em torno de determinados nós, focando em torno de quais pontos a rede está organizada. Essa medida permite identificar, por exemplo, quais os veículos mais centrais numa determinada cobertura.
Densidade	A densidade “descreve o nível geral de ligação entre os pontos de um grafo” (Scott, 2013, p. 69, tradução nossa) ¹⁹ . Quanto mais densa a rede, mais conectados entre si estão os seus nós. Como exemplo, se um grupo reduzido de veículos é referenciado como a fonte de uma determinada informação, a rede tenderá a ser mais densa, ou seja, mais interligada entre si, por referenciar os mesmos veículos.
Coefficiente de clusterização	O coeficiente de clusterização mede o quanto conectado estão os nós uns dos outros. “Mais especificamente, é o número de conexões conectando os vizinhos de um nó dividido pelo total de possíveis conexões entre os vizinhos do nó” (Hansen, Shneiderman & Smith, 2011, pp. 72–73, tradução nossa) ²⁰ . Um <i>cluster</i> , nesse sentido, refere-se a um grupo bastante interconectado de nós. Numa redação jornalística pequena, o coeficiente de clusterização tende a ser maior na medida em que todos os jornalistas se conhecem. Numa redação maior, a tendência é que o coeficiente de clusterização seja menor, ou seja, as pessoas não conhecem todo mundo.
Modularidade	A modularidade é uma medida de rede, de clusterização, de vizinhança dos nós. Ela divide a rede em grupos, de acordo com a força das conexões entre os diversos nós. Cada grupo representa um módulo. Nós incluídos em um “módulo” têm conexões mais fortes entre si do que com os demais. Utilizando como critério a área de abrangência dos veículos, seria possível identificar <i>clusters</i> em torno de determinadas regiões, com módulos em torno de cada um dos veículos principais.
Componentes conectados	O número de componentes conectados se refere ao total de <i>clusters</i> de nós que estão conectados entre si mas separados de outros nós no grafo. No exemplo acima, cada região ou <i>cluster</i> constituiria um componente conectado.
Distância geodésica	A distância geodésica se refere ao diâmetro da rede, ou a menor distância entre dois nós. A distância se refere ao número de conexões entre dois nós. Já geodésica se refere ao “menor caminho conectando um determinado par de nós” (Freeman, 1979, p.218, tradução nossa) ²¹ . Ainda que dois veículos nunca tenham trabalhado em cooperação, eles podem ter cooperado com um veículo em comum, o que contribuiria para diminuir a distância geodésica da rede.

¹⁹ Tradução de: “This describes the general level of linkage among the points in a graph” (p. 69)

²⁰ Tradução de: “More specifically, it is the number of edges connecting a vertex’s neighbors divided by the total number of possible edges between the vertex’s neighbors” (p. 72-73)

²¹ Tradução de: “The shortest paths links a given pair of points are called *geodesics*” (p.218).

Em termos gerais, as métricas associadas ao estudo da rede como um todo permitirão identificar, por exemplo, se os usuários que colocam um determinado acontecimento em circulação estão conectados entre si – se há menções de um usuário a outro – ou se a relação entre eles se dá mais pelo assunto, ou por uma associação a um veículo jornalístico em comum, ainda que os usuários não estejam conectados entre si.

Já as métricas associadas ao estudo de cada um dos nós de uma rede permitirão identificar diferentes papéis associados à circulação, como aqueles indivíduos que mais promovem circulação de conteúdos ou os que são mais citados por outros usuários (Zago, Recuero & Bastos, 2014). Assim, um usuário comum pode exercer um papel importante como agregador de conteúdos sobre um determinado tema, da mesma forma que um veículo jornalístico pode exercer um papel complementar como principal fonte de informação referenciada para uma determinada notícia.

A Análise de Redes Sociais pode ser empregada para estudar inúmeras configurações relacionais entre atores e nós, como ao se estudar a propagação de doenças, a rede formada entre uma empresa e seus fornecedores, ou a associação entre diversos atores em torno de um tema em um site de rede social.

Como exemplo de aplicação da ARS para estudo das relações em um site de rede social, a pesquisa de Smith et al (2014b) buscou identificar estruturas de redes de conversação no Twitter. Para os autores, “Conversações no Twitter criam redes com contornos identificáveis na medida em que as pessoas respondem e mencionam umas às outras em seus *tweets*” (Smith et al, 2014b, p.1, tradução nossa)²². Essas relações entre quem mencionou quem em seus *tweets* permite identificar estruturas de rede em torno de determinados assuntos. A partir da análise de inúmeras redes de conversação no Twitter (a partir da combinação de análise do tamanho e da estrutura da rede e de seus sub-grupos e da análise de palavras, hashtags e URLs que as pessoas usam), o estudo de Smith et al (2014b) identificou seis modelos de redes de conversação na ferramenta: multidão polarizada, multidão conectada, *clusters* de marca, *clusters* de comunidade, rede de transmissão e rede de apoio (Figura 3). Para os autores, esses seis modelos de estrutura de rede variam conforme “o assunto sendo discutido, as fontes de

²² Tradução de: “Conversations on Twitter create networks with identifiable contours as people reply to and mention one another in their tweets” (p.1).

informação sendo citadas, as redes sociais das pessoas que abordam o assunto, e os líderes da conversação” (Smith et al, 2014b, p. 2)²³.

Assim, na multidão polarizada (*polarized crowd*), há dois grupos grandes e densos com pouca conexão entre eles. Para os autores, esse modelo acontece principalmente com assuntos políticos, em que há dois grupos conversando sobre o mesmo assunto, mas a partir de pontos de vista diferentes.

Na multidão conectada (*tight crowd*), por sua vez, os indivíduos estão bastante interconectados com poucos participantes isolados. Um exemplo desse modelo aparece entre os usuários que tuitam sobre um evento acadêmico, por exemplo.

Os *clusters* de marca (*brand clusters*) reúnem discussões sobre produtos ou celebridades, com participantes bastante desconectados entre si. Uma rede de recirculação jornalística em torno de todos os usuários que mencionaram um determinado veículo ao longo do dia provavelmente teria essa configuração de uma rede desconectada (Zago, 2013d), uma vez que cada menção pode ter ocorrido de forma isolada.

Os *clusters* de comunidade (*community clusters*) são grupos que se formam em torno de determinados nós centrais ao abordar um determinado assunto. De acordo com os autores, é possível observar esse modelo de rede em acontecimentos jornalísticos globais, em que pequenas redes se formam em torno de veículos jornalísticos diversos.

Na rede de transmissão (*broadcast network*), ao contrário, a discussão se centra em torno de um único veículo jornalístico principal. Os membros de uma rede de transmissão normalmente estão conectados a um *hub* principal (e não entre si), numa rede em formato típico de uma transmissão de massa (um emissor para muitos receptores, ou inúmeros usuários citando um mesmo perfil como fonte da informação).

Por fim, na rede de apoio (*support network*), um mesmo usuário responde a vários outros, criando um modelo de rede com direcionamento oposto ao de uma rede de transmissão. Esse modelo, segundo os autores, seria típico de um sistema de atendimento ao consumidor.

²³ Tradução de: “depending on the subject being discussed, the information sources being cited, the social networks of the people talking about the subject, and the leaders of the conversation” (p.2).

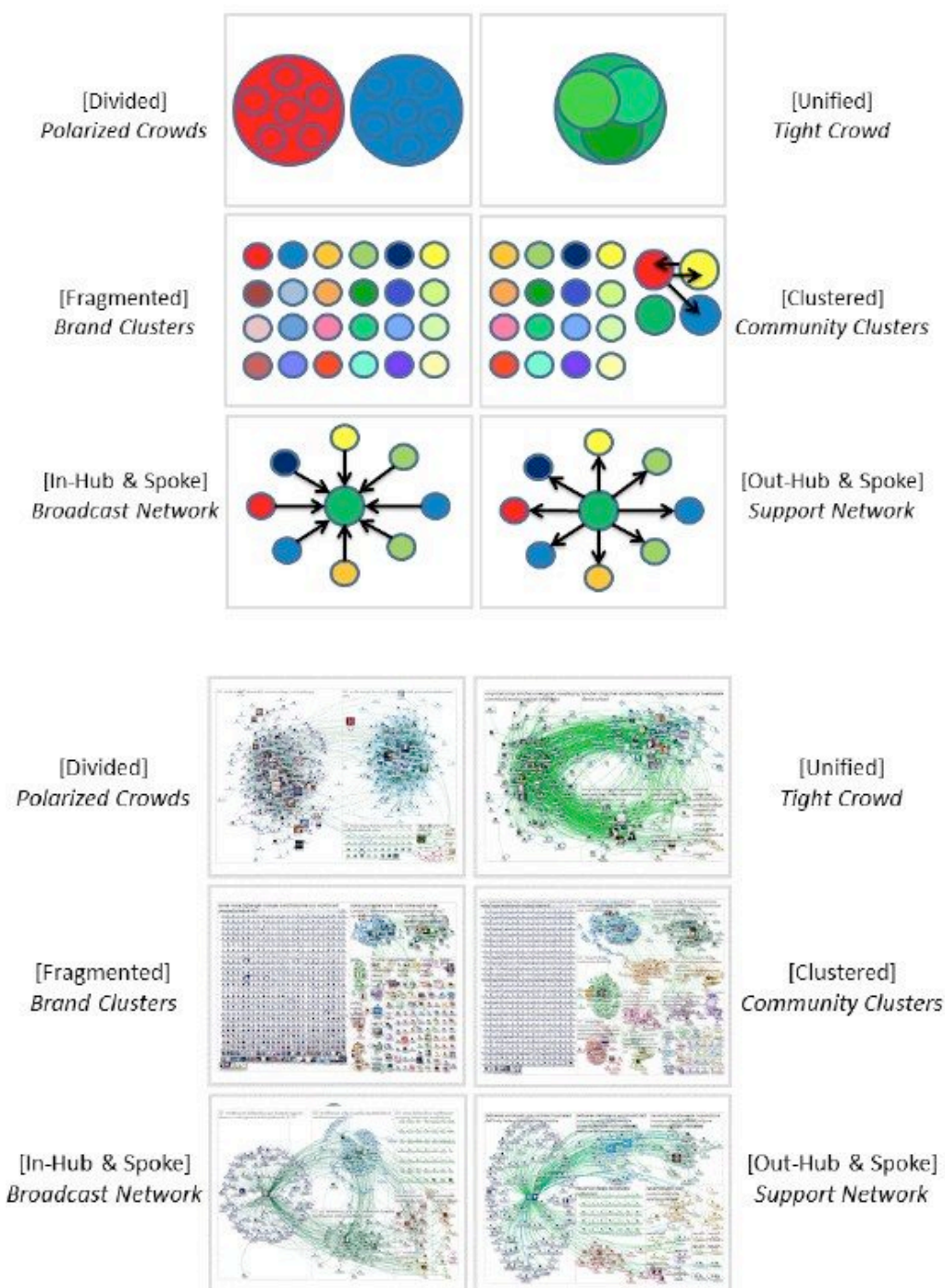


Figura 3. Seis modelos de redes no Twitter identificados por Smith et al (2014b).
Fonte: Smith et al (2014b)

Mesmo que algumas formas típicas tenham sido identificadas, os autores alertam que, “Na prática, muitos tópicos de mídias sociais exibem uma estrutura híbrida de rede que combina elementos dos seis tipos de redes descritos” (Smith et al, 2014b, p. 5, tradução nossa)²⁴.

Ao lado da estrutura das redes, também pode-se pensar em termos de dinâmicas de redes. Enquanto a identificação de elementos estruturais permite traçar considerações sobre uma rede congelada em um determinado momento no tempo, o estudo das dinâmicas permite perceber o quanto uma rede pode ser mutável, mesmo que se busque recortá-la para estudar como se deram as relações em um determinado momento no tempo.

O conceito de dinâmica está relacionado aos comportamentos coletivos que podem ser observados numa determinada rede social (Recuero, 2006). Para a autora, o capital social seria o motor dessas dinâmicas. Algumas dinâmicas passíveis de serem observadas são a propagação de memes, e os processos de cooperação, conflito e competição (Recuero, 2006; Primo, 2005).

A propagação de memes é uma dinâmica típica das redes digitais. Para compreendê-la, é preciso primeiro definir o que são memes. Para Dawkins (2007), memes são ideias que se repetem por imitação. Os sites de rede social fornecem três elementos essenciais para um meme enquanto replicador: a longevidade, a fecundidade e a fidelidade das cópias. Assim, os sites de rede social permitem que uma ideia se propague no tempo (longevidade), inúmeras vezes (fecundidade) e em cópias iguais ou similares ao original (fidelidade das cópias), tornando-se um terreno fértil para a propagação de memes.

Enquanto na cooperação diversos usuários se unem em prol de um objetivo comum, no conflito os usuários discordam em algum ponto. Ainda que pareçam conceitos divergentes, para Primo (2005), cooperação e conflito não se opõem, mas sim se complementam. Para que haja cooperação entre participantes de uma determinada comunidade virtual, por exemplo, é preciso que essa cooperação emergja em oposição a um potencial conflito entre os indivíduos.

A competição é outra dinâmica associada às redes sociais (Recuero, 2009a). A competição observada é, muitas vezes, uma competição por visibilidade. Quando um usuário é identificado como propagador de uma determinada informação, outros – incluindo, muitas vezes, o produtor original do conteúdo – acabam deixando de ser creditados, numa típica competição por atenção. Como exemplo de competição por visibilidade, pode-se citar a economia do retweet (Recuero & Zago, 2012) e o dilema entre referenciar o autor original da publicação ou o último intermediário através do qual se tomou conhecimento do assunto.

²⁴ Tradução de: “In practice, many social media topics exhibit a hybrid network structure that combines elements of the six network types described here” (p.5).

No contexto do jornalismo, muitas vezes predomina um clima de competição entre os veículos. Os veículos competem pelo furo, para ser o primeiro a noticiar algo, e também pela visibilidade associada à propagação de informações. Mas isso não quer dizer que não possam ocorrer cooperações entre veículos. Um exemplo que pode ser citado é a parceria entre os sites de notícias *Vice News*, *Breaking News Online*, *Digg*, *Mashable*, *Mother Jones* e *Quartz*, todos nativos digitais, que em maio de 2014 combinaram uma hashtag comum (#UkraineDesk) para fazer uma cobertura coletiva experimental dos conflitos na Ucrânia (Jornalistas da Web, 2014). Essa parceria representa uma mudança de paradigma, em que há uma cooperação entre veículos, ao invés de competição, na cobertura de grandes acontecimentos jornalísticos.

Após abordar conceitos gerais sobre redes, na próxima seção o foco recai especificamente nas redes sociais na internet, em especial nos sites de rede social.

1.2 Redes sociais na internet

Na internet, as redes sociais podem ser constituídas a partir de agregações de indivíduos no ciberespaço. O estudo das redes sociais na internet está associado à evolução das formas de comunicação mediada por computador (CMC). Ellison e boyd (2013) classificam as formas de CMC quanto a dois critérios: síncrona versus assíncrona e um-um versus um-muitos. Assim, se nos primórdios da internet predominavam formas assíncronas de comunicação um para um (como no caso do e-mail), aos poucos foram surgindo formas de comunicação síncrona (mensageiro instantâneo) e no formato muitos-muitos (fóruns e comunidades virtuais).

Para as autoras,

Embora comunidades online existam desde os primeiros dias da internet (...) elas não eram o foco central da maioria dos usuários de internet. Antes da Web 2.0, as pessoas passavam a maior parte de seu tempo online navegando por sites ou usando e-mail, mensageiros instantâneos, e jogos casuais; participar ativamente de comunidades online era considerado nerd (Ellison & boyd, 2013, p. 161, tradução nossa)²⁵

Foi só mais adiante, com o surgimento dos sites de rede social, que participar ativamente de uma comunidade virtual passou a ser uma atividade corriqueira na vida dos usuários de internet.

²⁵ Tradução de: “Although online communities have been in existence since the earliest days of the internet – and services like AOL made online communities accessible to more mainstream internet users – they have not been the central focus of most internet users. Prior to Web 2.0, people spent the bulk of their time online browsing websites and engaging with email, instant messaging, and casual gaming; actively participating in online communities was still considered geeky.” (p. 161)

Atualmente, o estudo das redes sociais na internet normalmente está associado aos sites de rede social²⁶. Ao lado de conteúdo gerado por usuário (*user-generated content, UGC*), sites de compras coletivas e jogos sociais, os sites de rede social aparecem como um tipo específico de mídia social (Van Dijck, 2013; Ellison & boyd, 2013). Embora alguns sites mesquem duas ou mais formas de mídia social (por exemplo, embora o foco do YouTube seja o conteúdo gerado por consumidor, ele possui recursos de sites de rede social; embora o Facebook seja primariamente um site de rede social, ele permite que o usuário gere e distribua conteúdos), sites de rede social correspondem a um tipo específico de site voltado para a criação e manutenção de redes sociais. Nesse sentido, Recuero (2014, p. 4) ressalta que o site não é a rede: “Trata-se de um suporte, que é apropriado de diferentes formas pelos grupos sociais e cujos efeitos são construídos pelo complexo universo de negociação de normas e formas de interação”.

Em 2007, boyd e Ellison (2007) definiram sites de rede social como espaços da web que permitem aos indivíduos criar um perfil, interagir através desse perfil, adicionar amigos, e exibir a lista de conexões entre os amigos. Entretanto, nos últimos anos, alguns itens deixaram de ser fator de diferenciação (como lista de amigos, que aparece em outros tipos de mídias sociais), ao passo que outros elementos diferenciadores emergiram (como newsfeed²⁷, APIs²⁸, social graph²⁹, e outros). Assim, em 2013, as autoras atualizaram a definição para:

Um site de rede social é uma plataforma de comunicação em rede na qual os participantes 1) possuem perfis de identificação única que consistem em conteúdos produzidos pelo usuário, conteúdos fornecidos por outros usuários, e/ou dados fornecidos pelo sistema; 2) podem articular publicamente conexões que podem ser vistas e cruzadas por outros; e 3) podem consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdo gerado por usuários fornecidos por suas conexões no site (Ellison & boyd, 2013, p. 158, tradução nossa)³⁰.

²⁶ Neste trabalho, o termo “site” da expressão “site de rede social” é usado de forma abrangente para se referir tanto a páginas da web quanto a aplicativos mobile ou outras formas de acesso à internet possíveis de serem utilizadas para a criação e manutenção de redes sociais. Nesse sentido, o Twitter poderia ser considerado um *site* de rede social mesmo quando acessado a partir de um aplicativo em dispositivos móveis.

²⁷ Em tradução literal, feed de notícias. O termo é utilizado para se referir à timeline do Facebook, onde aparecem as atividades feitas pelos contatos do Facebook.

²⁸ API (Application Programming Interface) é um conjunto de padrões estabelecidos por um software para a utilização de seus recursos em aplicativos desenvolvidos por terceiros. Ao disponibilizar acesso a sua API, o Twitter permite que outros desenvolvedores criem ferramentas a partir do conteúdo do site.

²⁹ Em tradução literal, grafo social. O termo foi utilizado pelo Facebook para se referir à possibilidade de usar as relações entre os usuários do Facebook (*social graph*) para o desenvolvimento de aplicativos de terceiros.

³⁰ Tradução de: “A social network site is a networked communication platform in which participants 1) have uniquely identifiable profiles that consist of user-supplied content, content provided by other users, and/or system-level data; 2) can publicly articulate connections that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with streams of user-generated content provided by their connections on the site” (p. 158)

Essa nova definição marca uma mutação na forma de interagir com os sites de rede social. Se nos primórdios dessa forma de comunicação, o foco estava nos perfis dos usuários, atualmente esse foco recai sobre os fluxos de conteúdo. Mais do que visitar o perfil alheio, os usuários querem ver as atualizações mais recentes de seus contatos. Os próprios perfis mudaram para incluir, também, atualizações.

Nesse sentido, o Twitter (<http://twitter.com>) pode ser considerado um site de rede social na medida em que há perfis de identificação única reunindo as postagens de um determinado usuário, é possível seguir e ser seguido por outros usuários (e ver quem segue quem), e há a possibilidade de criação de conteúdo (postar novos *tweets*, como são chamadas as atualizações nas ferramentas) e interação com o conteúdo produzido por outros usuários em um fluxo de conteúdos comum (a *timeline*). As interações típicas permitidas pelo site incluem as atividades de menção, retweet e favoritos. Assim, pode-se fazer uma nova postagem mencionando outros usuários (menção), que serão notificados de tal menção. Também é possível reproduzir as mensagens compartilhadas por outros usuários pressionando o botão de retweet. Ainda, pode-se avaliar as mensagens ao pressionar o botão que permite marcar como favorito um determinado *tweet*.

De centrados nos perfis, os sites de rede social passaram a ser centrados na mídia (Ellison & boyd, 2013), o que faz com que sites de rede social sejam principalmente “uma plataforma de comunicação, além de destacar a importância do compartilhamento de conteúdo, geralmente consumido através de um stream” (Ellison & boyd, 2013, p. 159, tradução nossa)³¹.

Para as autoras, há uma diferença fundamental entre sites de rede social e formas tradicionais de mídia (rádio, TV): o que o usuário experiencia e o conteúdo a que é exposto varia para cada usuário, conforme a rede construída e os conteúdos compartilhados. “Isso é bem diferente de mídias anteriores como a televisão, na qual o programa não muda dependendo de quem pode vê-lo” (Ellison & boyd, 2013, p. 165, tradução nossa)³².

Como a rede de cada indivíduo é diferente, faz sentido compartilhar e reproduzir conteúdos, o que torna os sites de rede social ambientes propícios para se observar a circulação de informações.

³¹ Tradução de: “this new definition positions social network sites first and foremost as a communication platform, while also highlighting the importance of sharing content, typically consumed through a stream” (p. 159)

³² Tradução de: “This is quite unlike previous media like television, where the program does not change depending on who can see it.” (p. 165)

Além do estudo de redes sociais, a metáfora de rede também pode ser usada para compreender o jornalismo contemporâneo.

1.3 Jornalismo em rede

Diversas metáforas e conceitos podem ser utilizados para explicar a atual configuração do jornalismo contemporâneo. O jornalismo em rede é apenas uma delas. O jornalismo pode ser visto como líquido, como algo que se espalha por diferentes canais (Rublescki, 2011). O jornalismo pode ser visto como convergente (Domingo et al., 2007; Belochio, 2012; Lindemann, 2014), a partir da união de diferentes meios e práticas profissionais. O jornalismo, enquanto parte integrante da mídia, pode ser visto como um componente indissociável de uma vida midiática (Deuze, 2012). O jornalismo pode ser colaborativo (Brambilla, 2006), participativo (Lindemann, 2008; Träsel, 2007), automatizado (Levy, 2012; Saad Corrêa & Bertocchi, 2012), guiado por dados (Träsel, 2013) e em base de dados (Barbosa, 2007). Neste trabalho, escolhemos seguir a nomenclatura e o conceito de jornalismo em rede (Heinrich, 2011; Russell, 2011), em que diferentes produtores de conteúdo constituem os nós de uma rede de circulação de acontecimentos.

A partir da metáfora de liquidez de Bauman (2003; 2005) – através da qual diversos aspectos da vida contemporânea teriam limites cada vez mais fluidos, tal qual se comportam os líquidos –, Rublescki (2011) propõe a metáfora de um jornalismo líquido, que se espalha por vários lugares. Tentar identificar os lugares por onde se espalham esse jornalismo é tarefa de um jornalismo em rede.

A metáfora de rede tem sido usada em diversos contextos, não apenas para o jornalismo. Tem-se públicos em rede (boyd, 2011; Ito, 2008), sociedade em rede (Castells, 1999; Rainie & Wellman, 2012), circulação de conteúdos em rede (Jenkins, Ford & Green, 2013) e também o jornalismo em rede (Bardoel & Deuze, 2001; Heinrich, 2011; Russell, 2011).

Os públicos em rede se valem de espaços como os sites de rede social para constituírem contextos próprios de atuação. “Públicos em rede são públicos que são reestruturados pelas tecnologias em rede” (boyd, 2007, p. 39, tradução nossa)³³. Para Ito (2008), a expressão públicos em rede seria uma alternativa para termos como audiência e consumidor. Os públicos em rede emergem em um contexto de sociedade em rede. A sociedade em rede assim se configura em função da forma como pessoas, grupos e

³³ Tradução de: “Networked publics are publics that are restructured by networked technologies”

organizações se relacionam (Castells, 1999). A circulação de conteúdos em rede, por sua vez, resulta em um cenário cada vez menos passível de ser controlado apenas pelos grandes conglomerados midiáticos, na qual públicos em rede também atuam e promovem a circulação de conteúdos para uma sociedade em rede.

Diversos autores usam expressões como “jornalismo em redes digitais” (Barbosa, 2007; Belochio, 2009), “jornalismo em redes de alta velocidade” (Machado & Palacios, 2007b) ou “jornalismo em redes híbridas” (Palacios, 2003) para se referir ao contexto mais amplo do jornalismo em plataformas digitais, ou na internet. O termo rede também é usado no contexto da economia política do jornalismo para se referir a um conglomerado midiático que atua em mais de um meio, como no título do livro “Al-jazeera: The Story Of The *Network* That Is Rattling Governments And Redefining Modern Journalism”³⁴ (El-nawawy, 2003).

Bardoel & Deuze (2001) usam a expressão jornalismo em rede para se referir à convergência do jornalismo na internet com a participação do público, em uma utilização do termo um pouco mais próxima da pretendida no presente trabalho. Para os autores, o jornalismo em rede envolveria “a convergência entre as competências e funções centrais dos jornalistas e o potencial cívico do jornalismo online” (Bardoel & Deuze, 2001, p. 2, tradução nossa)³⁵.

O jornalismo em rede pode muito bem mudar a relação entre jornalistas e seus públicos em uma maneira fundamental que afeta a profissão como um todo; suas principais características como apontamos antes parecem refletir claramente uma mudança no balanço de poder entre fornecedores de informação e usuários (Bardoel & Deuze, 2001, p. 8, tradução nossa)³⁶.

Para os autores, essa mudança na relação entre jornalistas e públicos se manifesta em três níveis: tecnológico, sociocultural e profissional. No âmbito tecnológico, passa a ser tecnicamente possível para o público participar. No âmbito sociocultural, há uma predisposição maior a essa participação, numa cultura da participação. No âmbito profissional, o jornalista passa a ter que considerar na sua prática diária contribuições do público e opiniões manifestadas em sites de rede social.

Neste trabalho, a expressão “jornalismo em rede” é utilizada para se referir à atual configuração do jornalismo contemporâneo, baseado na metáfora de rede e associado a

³⁴ Tradução livre: “Al-jazeera: A história da rede que está sacudindo governos e redefinindo o jornalismo moderno”

³⁵ Tradução de: “the convergence between the core competencies and functions of journalists and the civic potential of online journalism” (p.2).

³⁶ Tradução de: “Network journalism might well change the relation between the journalists and their public in a fundamental way that affects the profession as a whole; its major characteristics as we have pointed out before seem to reflect clearly a shifting balance of power between information suppliers and users” (p.8).

conceitos de redes sociais, no qual diversos atores contribuem, com pesos e conexões diferentes, enquanto nós produtores e circuladores de notícias.

A ideia de rede, em diferentes cenários, traz consigo uma falsa ideia de democratização. Como foi visto nas seções anteriores, o fato de se estar em uma rede não significa que todos os nós terão, necessariamente, o mesmo peso. Há inequidades e pesos desproporcionais entre os nós. Um nó central tem mais chances de se fazer ouvido, ao passo que os nós marginais precisam se articular para que consigam obter uma visibilidade similar na mesma rede.

Em um contexto de Web 2.0 e convergência, a própria estrutura do jornalismo se altera. Heinrich (2011) propõe o modelo de um jornalismo em rede para explicar a complexa relação entre diferentes fontes, produtores e disseminadores de informação do jornalismo contemporâneo. Para a autora, “um fluxo de notícias cada vez mais global está emergindo e pode ser caracterizado por uma nova forma de conectividade que estabelece novas (e contínuas) conexões entre jornalistas, suas fontes e também com suas audiências” (Heinrich, 2008, p.1, tradução nossa)³⁷. Nesse contexto, os veículos jornalísticos, ao lado de blogs, interagentes, e outros meios alternativos, seriam nós numa complexa e densa rede de informações (Figura 4). “Com um crescente número de distribuidores de notícias entrando na cadeia de produção jornalística, a troca de informações está se tornando uma conversação interativa” (Heinrich, 2011, p. I, tradução nossa)³⁸. Novos atores entram em cena, tanto na produção quanto na circulação de notícias. E essas modificações não operam apenas na internet, como viam Bardoel & Deuze (2001), mas também no processo jornalístico como um todo, com impactos “em todas as plataformas de distribuição, do impresso, ao rádio, da televisão ao jornalismo online” (Heinrich, 2008, p.5, tradução nossa)³⁹.

³⁷ Tradução de: “an increasingly global flow of news is evolving which can be characterized by a new form of connectivity which establishes new (and continuous!) links between journalists, their sources *as well as* their audiences” (p.1).

³⁸ Tradução de: “With a growing number of news distributors entering the news production chain, information Exchange is turning into an interactive conversation” (p.I).

³⁹ Tradução de: “which impacts all news distribution platforms from print, via radio through television as well as online journalism” (p.5)

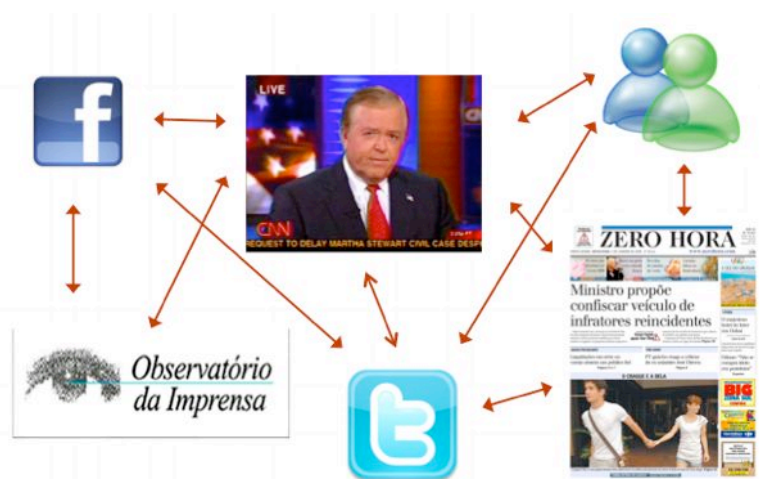


Figura 4. Representação esquemática da relação entre os atores num contexto de jornalismo em rede.

A Figura 4 procura estabelecer uma representação esquemática de como esses diferentes canais midiáticos se entrelaçariam no contexto do jornalismo em rede. Um conteúdo visto na televisão pode ser comentado em tempo real pelo Twitter, num consumo simultâneo constantemente referido como “segunda tela” (ou seja, usar celular ou tablet enquanto assiste televisão; o dispositivo móvel seria, assim, uma segunda tela em relação à televisão⁴⁰) (Coca & Mendonça, 2013). Esse conteúdo visto originalmente na televisão e tuitado em tempo real pode ainda suscitar uma conversa com um amigo em um mensageiro instantâneo, gerar posts, comentários, curtidas e compartilhamentos no Facebook, influenciar a produção de reportagens no jornal impresso e até mesmo levar à produção de críticas na imprensa especializada, as quais, por sua vez, poderão novamente ser comentadas, curtidas e compartilhadas nos sites de rede social. Essas múltiplas relações entre conteúdos, produtores e circuladores de notícia demonstram as complexas propriedades combinatórias de um jornalismo em rede.

Uma representação do processo na forma de rede pode ser vista como uma simplificação de algo complexo. A ideia aqui não é simplificar, mas tentar representar graficamente a complexa relação existente entre meios e públicos. Uma rede é complexa em sua natureza; para estudá-la, é preciso fazer um recorte e um retrato de um momento, ainda que isso implique em perder parte das dinâmicas sociais envolvidas no caráter processual das redes. O grafo representa, assim, um retrato da rede em um determinado momento, mas é incapaz de capturar o todo, assim como uma fotografia de uma festa, enquanto registro de um instante, é incapaz de traduzir o espírito da festa como um todo, embora traga indícios de

⁴⁰ Para mais informações sobre Twitter como segunda tela, ver entrevista com executivo do Twitter na Veja online: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/hashtag-e-a-fogueira-da-era-digital-diz-executivo-do-twitter>

como essa tenha ocorrido. Em síntese, não basta o grafo (Primo, 2013), ainda que este possa servir como guia e ponto de partida para se observar a rede.

No jornalismo em rede, os usuários são cada vez mais ativos. Não apenas consomem informações: também comentam, avaliam, recomendam, compartilham links, dentre outras atividades. Cada vez mais o leitor passa a exigir que o jornalismo seja mais interativo, mais conversacional. E isso demanda dos jornais uma produção mais voltada para os interesses e perfis de seu público. Para Mancini (2011, p. 42, tradução nossa), “A audiência recebe o conteúdo que lhe interessa sem importar os canais de distribuição que um meio de comunicação utilize ou queira fortalecer. A circulação está totalmente fora de controle tal e qual era entendida durante o século passado”⁴¹.

Nesse cenário, surgem novas funções e atividades para o jornalismo:

A facilitação da conversação com usuários e a inclusão de recursos de interatividade tem se tornado uma parte inevitável da produção jornalística na esfera do jornalismo em rede e como administrar essas conversações online é apenas uma das tarefas emergentes com as quais as organizações jornalísticas terão que lidar (Heinrich, 2011, p. 179, tradução nossa)⁴².

Em sentido semelhante, para Mancini (2011), o futuro do jornalismo estaria no investimento na experiência do usuário no contexto do consumo, e isso pode se dar através da criação de produtos jornalísticos facilmente compartilháveis e personalizáveis, remixáveis e reelaboráveis.

Ainda que se possa ver o jornalismo como uma rede complexa de diferentes atores que contribuem para apuração, produção e circulação de notícias, o peso e o papel desses atores varia conforme o acontecimento jornalístico sendo noticiado, com uma óbvia inclinação para que o peso maior recaia sobre veículos jornalísticos tradicionais, os quais costumam atuar como *hubs*, ou conectores, durante grandes acontecimentos jornalísticos (ao serem constantemente referenciados como fonte das notícias, cf. Recuero, 2011). Acontecimentos de menores proporções, por sua vez, podem depender de pessoas comuns para iniciarem sua apuração e/ou produção. Independente da proporção do acontecimento, todos os tipos de atores da rede contribuem para o espalhamento da informação, tanto a partir da postagem de links, quanto a partir da postagem de comentários ou avaliações acerca dos acontecimentos,

⁴¹ Tradução de: “La audiencia recibe el contenido que le interesa sin importar los canales de distribución que un medio de comunicación utilice o quiera fortalecer. La circulación está totalmente fuera de control tal y como era entendido durante el siglo pasado” (p.42)

⁴² Tradução de: “The facilitation of conversations with users and the inclusion of interactivity features is becoming an inevitable part of journalistic production in the evolving network journalism sphere and how to manage these conversations online is just one emerging task journalistic organizations have to deal with” (p. 179).

os quais, ao serem acessados, contribuem para a circulação de narrativas sobre o acontecimento que suscitou a notícia.

Há casos em que a repercussão nas redes é tanta que faz com que Twitter ou Facebook se tornem o *hub*, com a rede como um todo atuando como nó central. Henn (2013) usa o termo ciberacontecimento para se referir a acontecimentos que iniciam ou se desdobram predominantemente através da internet. Transformado em notícia, um ciberacontecimento terá uma plataforma digital como seu nó central, de onde partem outros nós periféricos. Os nós periféricos, em conjunto, podem exercer um papel fundamental no espalhamento de informações.

Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 118) apontam como primeiro passo da análise em redes sociais “pensar quem serão considerados os atores e suas conexões, ou seja, o que será considerado uma conexão e o que será considerado um ator (ou um nó, que também poderia ser uma instituição) e em qual medida”. Após selecionar atores e conexões, é preciso identificar os limites de uma rede, uma das coisas mais difíceis de se determinar (Fragoso, Recuero & Amaral, 2011).

Para estudar o jornalismo em rede, o primeiro passo seria definir quem são os nós, ou o que pode ser considerado um nó. Qualquer ente que produz conteúdo de caráter jornalístico pode ser pensado como um nó, ou o jornalismo seria uma prática restrita a jornalistas? Neste trabalho, para pensar a circulação, adotamos como critério para ser considerado um “nó” a capacidade de pôr em circulação narrativas associadas a um acontecimento jornalístico, independente de tê-las produzido ou não. Assim, tanto o Twitter como um todo seria um nó (na medida em que agrega atualizações em tempo real sobre os acontecimentos) quanto um indivíduo que faz uma postagem específica sobre o acontecimento. Sites de jornais aparecem ao lado de perfis dos jornais em sites de rede social, da mesma forma que também se pode considerar cada peça noticiosa isolada com um nó do jornalismo em rede, dependendo do grau de aprofundamento da análise desejado. Neste trabalho, especificamente, estuda-se o jornalismo em rede a partir das narrativas em torno de determinados acontecimentos no Twitter. Cada usuário autor ou mencionado em um *tweet* representa um nó, e as conexões são estabelecidas através dos *tweets*.

Após ter abordado redes, o próximo capítulo procura tratar de outro conceito fundamental para este trabalho: a circulação.

2 CIRCULAÇÃO

Nos últimos anos, a relação do jornalismo com suas audiências tem sofrido modificações. Se antes era possível demarcar claramente os papéis de emissor e receptor de notícias, com a internet, as fronteiras entre produção, circulação e consumo se tornam cada vez mais borradas. Um leitor pode tanto apenas ler uma notícia como também comentar, fazer circular, ou até mesmo criar algo novo a partir da combinação da notícia com outros elementos. Essa mudança no comportamento das audiências guarda relação com o contexto mais amplo da cibercultura, a partir da superação das barreiras cognitivas e tecnológicas de acesso às ferramentas de produção. Com isso, as audiências podem trazer contribuições ao processo jornalístico ao incluir camadas de significação ao acontecimento jornalístico, combinando elementos para informar, criticar, e até para produzir humor a partir de uma notícia.

Neste capítulo, em um primeiro momento, aborda-se o contexto em que as fronteiras entre produção, circulação e consumo se encontram cada vez mais borradas. Na sequência, o foco recai sobre a circulação de conteúdos no contexto da cibercultura, para, logo a seguir, abordar especificamente a circulação no jornalismo em ambientes digitais.

2.1 Fronteiras borradas entre produção, circulação e consumo

Primo (2013) desconstrói algumas controvérsias em torno de utopias da cibercultura. Para o autor, “o atual cenário midiático já não permite análises fundamentadas em polarizações como indústria *versus* audiência, celebridades *versus* fãs, produtos culturais massivos (maus) *versus* produção cultural independente (boa e autêntica)” (Primo, 2013, p. 15). É necessário fugir de posições essencialistas, e isso demanda um olhar aprofundado sobre as práticas e processos típicos da cibercultura.

Estudos iniciais da cibercultura davam conta de um maior acesso às ferramentas de produção, como no caso da liberação do polo da emissão (Lemos, 2005). Para Lemos (2005, p. 1), a cibercultura se caracteriza por três leis fundadoras, as quais norteiam os processos de remixagem: “a liberação do pólo da emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais”. A ideia associada a essa liberação do polo da emissão guarda relação com o fato de que, com a internet, indivíduos e organizações passam a ter acesso às ferramentas para emissão de conteúdo. Se numa cultura de televisão, por exemplo, o processo de emissão esteve associado a alguns poucos produtores enviando conteúdo para múltiplos receptores, a internet surge com a promessa de permitir que todos tenham acesso às ferramentas de produção, fazendo, assim, com que todos possam ser

emissores em potencial. Para Rainie & Wellman (2012, p. 197, tradução nossa), “qualquer pessoa com uma conexão à internet e um pouco de alfabetismo digital pode criar conteúdo online que tem o potencial de atingir uma audiência ampla”⁴³.

Para Primo (2013, p. 17), “Os discursos de democratização de acesso aos meios de produção e distribuição midiática, sempre presentes nos textos de cibercultura, mostram-se hoje ainda mais sedutores”. Ainda que a ideia de democratização da emissão esteja presente, ela é apresentada pelo autor como uma das controvérsias em torno de utopias da cibercultura. Nem todos possuem acesso às ferramentas⁴⁴, e nem todas as situações comunicativas permitem que a emissão seja feita por qualquer pessoa, ou com o mesmo peso que a emissão produzida pela mídia tradicional.

De qualquer modo, a liberação do polo da emissão seduz por servir a dois grupos opostos. A colaboração serve tanto aos interesses capitalistas (empresas que investem em práticas colaborativas) como de esquerda (revoluções políticas, práticas de socialização). “Ao mesmo tempo que as mídias digitais contribuem para a intervenção política e para movimentos de resistência, o grande capital também se reinventa” (Primo, 2013, p. 20).

A ideia de uma liberação do polo da emissão é reforçada com uma cultura da participação (Jenkins, 1992, 2008; Shirky, 2010), que dá conta de uma maior possibilidade de participação dos consumidores, sobretudo entre fãs. Outro reforço vem com o aporte teórico da Web 2.0 (O’Reilly, 2005), na qual a arquitetura de participação emerge como uma característica fundamental. Para os idealizadores da Web 2.0, a partir dos anos 2000, a web estaria se tornando cada vez mais democrática, diminuindo cada vez mais as barreiras de emissão ao tornar os sites dinâmicos e fáceis de serem atualizados. O exemplo clássico desse cenário é o surgimento de plataformas de blogs, que permitem que qualquer usuário crie e mantenha um blog, mesmo que não saiba linguagem de codificação em HTML.

No trabalho de Shirky (2010), a cultura da participação aparece como fruto de um cenário em que se dispõe dos meios técnicos, motivações e oportunidade para canalizar o tempo livre para atividades produtivas em conjunto – o que o autor refere como excedente cognitivo. Jenkins (2008) reforça o poder dos usuários comuns ao colocar o consumidor no centro de uma cultura da convergência. Para o autor, a convergência ocorre no cérebro dos consumidores, e não apenas na reunião de várias funções no mesmo dispositivo tecnológico.

⁴³ Tradução de: “anyone with an internet connection and a bit of digital literacy can create online content that has the potential to reach a wide audience” (p.197).

⁴⁴ Indo mais além, estudos apontam que apenas 30% da população mundial possui acesso à internet. Disponível em <<http://www.culturaemercado.com.br/noticias/30-da-populacao-mundial-com-acesso-a-internet/>>. Acesso em 25 nov. 2013.

Na sociedade de hoje, de alguma forma, todos podem produzir conteúdo. Tudo pode ser interativo: “Os produtos e as experiências comercializadas sob a égide ou o manto da interatividade proliferam num desvario tão divertido quanto instrutivo” (Freire Filho, 2007, p. 68).

Com a possibilidade de compartilhar informações no mesmo espaço em que estas são consumidas, a fronteira entre consumo e produção se torna borrada (Bruns, 2008; Rainie & Wellman, 2012; Santaella, 2007) na medida em que mais e mais indivíduos passam a ter acesso aos meios de produção oferecidos pelas mídias digitais. “Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras” (Jenkins, 2008, p. 28).

Assim como jornalistas podem se valer de conteúdos disponibilizados na rede para auxiliar no processo jornalístico, os interagentes podem cada vez mais se incorporar a esse processo, diante da possibilidade de acesso direto a ferramentas de produção e de compartilhamento de conteúdos (Shirky, 2010).

A participação é um dos principais elementos da cultura digital (Deuze, 2006). Enquanto a mídia tradicional era baseada apenas no consumo, a mídia atual apresenta três facetas: “as pessoas gostam de consumir, mas elas também gostam de produzir e de compartilhar” (Shirky, 2010 cap. 1, tradução nossa)⁴⁵.

Para Bruns (2008) tais iniciativas demonstram a importância do colaborador como “*producer*” (produsuário, em tradução livre). Ele criou o termo para se referir ao indivíduo que simultaneamente usa e produz conteúdos na web. Os novos modelos de participação permitem que pessoas comuns colaborem com a produção de informações, o que faz com que os usuários se tornem produtores (Bruns, 2008). Além de consumirem as informações, eles também participam do processo de produção de conteúdos.

O conceito de *produsage* contrapõe-se aos modos tradicionais de produção industrial. Na produção tradicional, havia três papéis claros: produtor, distribuidor e consumidor. Na web, esses três papéis podem ser simultaneamente desempenhados por um mesmo indivíduo. Para Bruns (2005), todas as pessoas têm ao menos o potencial de poder publicar alguma coisa. Entretanto,

⁴⁵ Tradução de: “people like to consume, but they also like to produce, and to share” (cap. 1).

O que é muito mais importante no ambiente em rede do começo do século XXI é que hoje, qualquer um com acesso à Web, pode ser um editor, um contribuinte, um colaborador, e um participante na produção de notícias online – em síntese, um pro usuário (Bruns, 2005, p. 8, tradução nossa)⁴⁶.

Entretanto, visualizar o potencial de participação a partir de uma fusão ou oposição entre produtores e consumidores é visto por Van Dijck (2009) como uma simplificação do processo. Para a autora,

a ação do usuário é bem mais complexa do que esses termos bipolares sugerem; precisamos levar em consideração os múltiplos papéis que os usuários assumem em um ambiente midiático no qual as fronteiras entre comércio, conteúdo e informação estão atualmente sendo retraçadas (Van Dijck, 2009, p. 42, tradução nossa)⁴⁷

Ainda que predomine, na maior parte dos estudos, uma visão positiva da cultura da participação – no sentido de conceder mais poder a uma audiência antes passiva – essa oposição não é de todo verdadeira. Van Dijck (2009) considera uma “falácia histórica” a oposição entre o receptor passivo da mídia de massa e o participante ativo do ambiente digital. Nem os espectadores da televisão e de outros meios de massa eram tão passivos – Jenkins (1992) identificava formas de participação de fãs ainda anteriores à internet, como no caso de fã clubes e *cosplaying*⁴⁸ – nem os usuários de internet são necessariamente sempre ativos – um estudo de 2007 da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OECD, 2007) identificou que 80% dos usuários de internet apenas consome conteúdo.

Para Van Dijck (2009), a ação do usuário pode ser pensada a partir de três perspectivas: cultural, econômica e de relações de trabalho. Na perspectiva cultural, tem-se uma cultura da participação que permite que receptores se tornem também produtores de conteúdo. Na perspectiva econômica, o mercado vê consumidores que se tornam também produtores. No campo da relações de trabalho, o embate travado é entre profissionais e amadores. Nesta pesquisa, adota-se a perspectiva cultural, em que se tem receptores de conteúdo que também se tornam eventualmente produtores e/ou circuladores de informações.

Ainda que aborde a participação, para a autora, a possibilidade de participação não seria a grande novidade da internet, mas sim a possibilidade de o usuário “‘falar de volta’ com

⁴⁶ Tradução de: “What is much more important in the networked environment of the early 21st century is that today, anyone with access to the Web can be an editor, a contributor, a collaborator, a participant in the online news process – in short, a producer” (p. 8).

⁴⁷ Tradução de: “user agency is a lot more complex than these bipolar terms suggest; we need to account for the multifarious roles of users in a media environment where the boundaries between commerce, content and informaton are currently being redrawn” (p. 42).

⁴⁸ Abreviação de *costume playing*, o *cosplay* envolve utilizar roupas de um personagem real ou ficcional, acompanhado da tentativa de interpretá-lo.

a mesma linguagem multimodal que molda os produtos culturais produzidos anteriormente apenas em estúdios” (Van Dijck, 2009, p. 43, tradução nossa)⁴⁹, na medida em que há um acesso facilitado aos meios de produção (Lemos, 2005).

Em sua história crítica das mídias sociais, Van Dijck (2013) situa a cultura da participação como tendo sido substituída, por volta de 2008, por uma cultura da conectividade. Na cultura da conectividade, estar conectado é mais importante do que propriamente *participar*. Mais do que permitir que as pessoas participassem, as ferramentas da Web 2.0 também teriam propiciado espaços de permanente interconexão. As conexões são mantidas pelas ferramentas, mesmo que não haja interação alguma.

Considerando esse cenário de cultura da conectividade e fronteiras borradas entre produção, circulação e consumo, aborda-se, a seguir, a circulação de conteúdos no contexto da cibercultura.

2.2 Circulação de conteúdos na cibercultura

Para além das possibilidades associadas à emissão de conteúdos (cultura da participação, liberação do polo da emissão), e ao consumo de informações (fronteiras borradas entre produtores e consumidores e produtores e usuários), a internet também produz modificações nas formas de circulação de conteúdos midiáticos. O processo de criar, coletar, acessar e distribuir informações se torna cada vez mais em rede (Rainie & Wellman, 2012).

Na perspectiva em rede, o consumo é cada vez mais associado à circulação. E isso se reflete no fato de que muitas vezes uma importância maior é dada a quem repassa, ao invés de quem produz uma determinada informação. Estar na rede e não compartilhar é o mesmo que não estar na rede. Para Goldberg (2011), mais do que uma cultura da participação, estaríamos diante de uma cultura da transmissão, em que o papel de passar adiante uma informação é tão ou mais importante que produzir um determinado conteúdo. Repassar informação, ser reconhecido como aquele que repassa algo, é tão ou mais bem avaliado do que produzir o conteúdo em si. O valor de algo estaria de fato no repasse, e não na produção

Assim como a vida é atualmente entendida, em parte, em termos de informação, a economia da transmissão (...) sugere que a informação agora exhibe uma espécie de vivacidade – expressando o caráter viral dos dados – em sua centralidade para a vida social, cultural, política, econômica e mesmo biológica. Ter o acesso cortado ou recusar informação invoca uma espécie de morte (Goldberg, 2011, p. 749, tradução nossa)⁵⁰

⁴⁹ Tradução de: “‘talk back’ in the same multimodal language that frames cultural products formerly made exclusively in studios” (p. 43).

⁵⁰ Tradução de: “Just as life is now understood, in part, in terms of information, the transmission economy theorized above suggests that information now exhibits a sort of liveliness – expressing data’s viral character –

Para Bankoff (apud Rosenbaum, 2011, p. 170, tradução nossa), “a distribuição gerada pelos usuários é a próxima grande novidade”⁵¹. Na era das redes, a circulação de conteúdos passa a ser colaborativa. Rosenbaum (2011) usa o termo curadores acidentais para se referir aos indivíduos que descobrem e compartilham conteúdo na rede, como nas curtidas no Facebook ou nos retweets no Twitter.

Jenkins, Ford & Green (2013) fazem a distinção entre distribuição e circulação. Enquanto a circulação compreende o envolvimento ativo de múltiplos atores em rede, a distribuição estaria atrelada a grandes produtores de mídia, como no caso de empresas jornalísticas tradicionais ou grandes editoras que distribuem seus conteúdos em mercados convencionais. Ao invés de abordar modelos tradicionais de distribuição, os autores preferem focar em um “modelo híbrido emergente de circulação, no qual um misto de forças de cima para baixo e de baixo para cima determina como um material é compartilhado através e entre culturas de maneiras bem mais participativas (e bagunçadas)” (Jenkins, Ford & Green, 2013, p. 1, tradução nossa)⁵².

Ao invés de separar as mídias entre online/offline, Jensen (2010) propõe pensar a comunicação a partir das características comunicacionais dos meios. Assim, o autor propõe um fluxo de comunicação em três níveis: comunicação interpessoal, mídia de massa, e redes sociais. A comunicação interpessoal englobaria as formas de comunicação do modelo um-um, em interações face-a-face, compreendendo o corpo humano e suas extensões através de ferramentas. A mídia de massa corresponderia à utilização de dispositivos tecnológicos para a comunicação no modelo um-muitos, a partir da difusão de uma mensagem de um centro emissor para vários receptores. Já a comunicação possibilitada pelas redes sociais digitais, o terceiro nível do modelo proposto por Jensen (2010), traria a particularidade de possibilitar tanto comunicação nos modelos um-um e um-muitos, quanto, e especialmente, a comunicação no modelo muitos-muitos: “O computador digital reproduz e recombina todos os meios anteriores de representação e interação em uma plataforma material única de hardware e software” (Jensen, 2010, cap. 4, tradução nossa)⁵³. É nessa especificidade das tecnologias

in its centrality to social, cultural, political, economic, and even biological life. To be cut off from or refuse information invokes a sort of death” (p.749).

⁵¹ Tradução de: “user-generated distribution is the next big thing” (p. 170).

⁵² Tradução de “Instead, *Spreadable Media* examines an emerging hybrid modelo of circulation, where a mix of top-down and bottom-up forces determine how material is shared across and among cultures in far more participatory (and messier) ways” (p.1).

⁵³ Tradução de: “The digital computer reproduces and recombines all previous media of representation and interaction on a single material platform of hardware and software” (cap. 4).

digitais que reside a necessidade de se estudar a comunicação e não o meio, uma vez que um mesmo meio suporta diferentes formas de comunicação.

O trabalho de Baptista (2013) é um exemplo de pesquisa que trata da circulação de conteúdos no contexto da cibercultura. A autora discorre sobre o papel dos fãs em promover a figura dos artistas no Twitter. Em sentido similar, o trabalho de Recuero, Amaral & Monteiro (2012) discute o papel de fãs e antifãs ao promover *Trending Topics* no Twitter.

As criações de fãs se inserem num cenário de cibercultura remix. Para Lemos (2005, p. 1), o princípio que rege a cibercultura é a remixagem, um “conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, cut-up de informação a partir das tecnologias digitais”. A combinação das tecnologias com esses novos processos comunicacionais daria lugar a uma nova configuração cultural que o autor chama de cibercultura remix: “Por remix compreendemos as possibilidades de apropriação, desvios e criação livre a partir de outros formatos, modalidades ou tecnologias, potencializados pelas características das ferramentas digitais e pela dinâmica da sociedade contemporânea” (Lemos, 2005, p. 2).

Na essência, o remix é uma forma de colagem (Lessig, 2008). A colagem é uma técnica associada a atividades manuais e à arte, como nos casos dos trabalhos de Max Ernst a partir de 1919, que criava figuras híbridas a partir da combinação de elementos diversos. Para Leão (2012, p. 8), “a técnica desenvolvida por Ernst revela um esforço no sentido de ocultar a distinção dos elementos colados, criando uma imagem única, integrada”, um dos princípios que regem as imagens híbridas contemporâneas.

A ideia de remix não seria exclusiva do ambiente digital. Inicialmente, o termo remix era usado para descrever a combinação de duas ou mais músicas. Posteriormente, passou a ser aplicado nos mais diversos setores, como no caso da arte (Bastos, 2007) e do audiovisual (Soares, 2005). No contexto da cultura, o remix estaria associado a hibridismo e a variações sobre um mesmo tema (Soares, 2005). Ainda que a prática de remix esteja associada à colagem, para Bastos (2007), as práticas seriam distintas. O autor usa a metáfora de uma salada de frutas e de uma vitamina para ilustrar a distinção: enquanto na salada de frutas (na colagem) podemos identificar cada fruta que compõe o todo, na vitamina (no remix), após a mistura, não é possível detectar claramente os elementos que a compõem. O remix poderia ser visto, assim, como uma prática cultural que deixa marcas estéticas nos processos, resultando em produtos distintos da soma das partes que o compõem.

O ambiente digital abre possibilidades de recriações a partir de conteúdos disponibilizados em rede. Essas recriações partem de uma apropriação do conteúdo, que é reconfigurado e remixado para fazer servir a um novo propósito, como no caso de combinar

duas ou mais imagens para gerar um efeito de humor. Ao lado do desvio e da despesa improdutiva, a apropriação está na essência da cibercultura e corresponde aos usos criativos dados pelos usuários, muitas vezes diversos da proposta original dos sistemas (Lemos, 2001). Da mesma forma, um usuário pode se apropriar de conteúdos disponibilizados na rede e realizar novas criações a partir dos mesmos, produzindo remixes.

O remix pode ser considerado como uma forma de apropriação, na medida em que o interagente parte de um conteúdo prévio e acrescenta suas marcas, para colocá-lo novamente em circulação sob outra roupagem. Com isso, tem-se um novo desdobramento: “a diluição da autoria, processo no qual a recombinação e modificação de fragmentos para criar um novo conteúdo retira o produto de seu contexto original, dando-lhe um outro sentido e, portanto, uma nova autoria” (Nobre & Nicolau, 2010, p. 1).

Exemplos de remixes incluem as sucessivas paródias à cena do filme “A Queda”⁵⁴, e a colagem de imagens, na forma de montagens estáticas e de GIFs animados⁵⁵ (Lupinacci, 2014). O site Canvas⁵⁶, por exemplo, dedica-se exclusivamente à postagem de remixes de imagens. Da mesma forma que a recirculação, o remix cultural não é uma prática nova – apenas é potencializada pelas redes digitais, que facilitam o acesso às ferramentas de produção e circulação dessas produções.

No contexto do jornalismo, o remix aparece principalmente nas criações do público. Para Russell (2011), o remix pode ser percebido nos sites de notícias satíricas (no Brasil, em sites como Sensacionalista⁵⁷ e Diário Pernambucano⁵⁸), na medida em que esses espaços se utilizam do *ethos* jornalístico e de elementos de notícias reais para produzir conteúdos humorísticos. Para Mancini (2011), criar produtos jornalísticos facilmente compartilháveis e remixáveis seria essencial para o futuro do jornalismo – o qual, para o autor, deve investir cada vez mais na experiência do usuário no contexto do consumo. Enquanto no primeiro caso (sites satíricos) o produto remixado estaria mais próximo ao entretenimento do que ao jornalismo, no segundo (remix criados pelo público a partir das notícias) seria possível, em alguns casos, situar os remixes no contexto do processo jornalístico, enquanto uma forma de participação na circulação que envolve a recriação de um conteúdo a partir da combinação de elementos de notícias.

⁵⁴ “Um tirano de piada”, *Veja*, 17 mar. 2010. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/170310/tirano-piada-p-131.shtml>>. Acesso em: 27 jul. 2012.

⁵⁵ Que fazem sucesso em sites como 9gag (<http://9gag.com>) e Tumblr (<http://tumblr.com>).

⁵⁶ <http://canv.as/>

⁵⁷ <http://www.sensacionalista.com.br>

⁵⁸ <http://www.diariopernambucano.com.br>

Na próxima seção, o foco recai especificamente sobre a circulação no contexto do jornalismo.

2.3 Circulação jornalística

Desde o surgimento do jornalismo, sempre houve a preocupação em fazer com que as notícias chegassem até as pessoas. Para Thorn & Pfeil (1987), a circulação jornalística seria uma forma de “marketing” das notícias. Para que um jornal impresso circule, por exemplo, é preciso que ele seja distribuído em pontos de venda (banca de jornal, esquina) e na casa de seus assinantes.

No contexto do jornalismo, a circulação engloba a distribuição, mas vai além. Para Machado (2008), um sistema de distribuição teria como características a centralização, uma hierarquia rígida entre os participantes, e a entrega das informações ao consumidor final como objetivo principal. Já um sistema de circulação, por sua vez, seria mais flexível e dinâmico, na medida em que funciona sem a necessidade de uma hierarquia rígida, adota a descentralização como modelo padrão e tem como objetivo principal a disseminação de informações produzidas nesses diferentes centros. Enquanto um modelo de distribuição tem como objetivo um mero consumo das informações, um modelo de circulação busca também a participação. Um jornal impresso é distribuído a partir de pontos de vendas específicos e para assinantes. Já uma notícia em um jornal online é posta em circulação e pode ser acessada a partir de diferentes canais, no site do jornal, nos sites de rede social, por e-mail, etc. A visão de Machado (2008) para a circulação jornalística é bastante semelhante à de Jenkins, Ford e Green (2013) para a circulação midiática em geral, com uma hierarquia entre distribuição e circulação. Para Chagas (2014, p.62), entretanto, essas duas formas de divulgação de notícias seriam complementares: “prefiro pensar a circulação como uma ação estratégica, enquanto a distribuição consiste em uma ação tipicamente operacional”. Nesse sentido, para o autor, haveria uma relação de complementaridade entre as duas formas, e não de hierarquia. Neste trabalho, o termo circulação é usado para se referir ao processo de distribuição e circulação de notícias, considerando uma relação de complementaridade entre as duas formas de divulgação de notícias. Também se considera que a circulação pode ser alargada pelos rastros⁵⁹ deixados pela participação dos interagentes, no que neste trabalho é referido como recirculação. Ainda

⁵⁹ No ambiente digital, “toda ação deixa um rastro potencialmente recuperável, constituindo um vasto, dinâmico e polifônico arquivo de nossas ações, escolhas, interesses, hábitos, opiniões etc.” (Bruno, 2013, p.123). Enquanto alguns rastros são mais visíveis – especialmente quando criados ativamente pelo indivíduo – outros são criados pelo próprio sistema ou independente da vontade de seus criadores. No presente trabalho, interessam principalmente os rastros intencionalmente deixado pelos indivíduos ao filtrar e comentar notícias em sites de rede social.

que três termos estejam sendo utilizados (distribuição, circulação e recirculação), todos os processos fazem parte de uma mesma grande etapa do processo jornalístico, a circulação jornalística.

Independente do suporte, “O desafio da circulação jornalística sempre foi o de atingir o maior número possível de pessoas com o máximo de eficácia, através de distintos canais no menor custo” (Schwingel, 2012, p. 123). Na internet, a circulação jornalística pode se dar a partir de inúmeras formas – site do jornal, sites de rede social, alerta por e-mail, dentre outras. Schwingel e Correa (2013) identificam três formas de circulação jornalística na internet: estruturas referenciais, mecanismos difusores e mecanismos de retroalimentação. As estruturas referenciais correspondem às estratégias utilizadas pelos veículos para buscar visitas para o site do jornal. Os mecanismos difusores, por sua vez, envolvem “a dispersão do conteúdo jornalístico sem a necessidade da visita da página central do veículo, como os aplicativos de tablets” (Schwingel & Correa, 2013, p.11). Já a terceira forma de circulação, os mecanismos de retroalimentação, envolvem a “participação do público interagindo com a informação e contribuindo para que sua circulação seja potencializada, como aplicativos de notícias mais visualizadas ou redes sociais de valorização de compartilhamentos” (Schwingel & Correa, 2013, p.11). No presente trabalho, o foco é neste último processo, em que há participação do público na circulação jornalística. Mesmo assim, o público também é essencial aos outros dois processos, na medida em que o jornal depende dele para angariar acessos (estruturas referenciais) ou visitas em outros espaços (mecanismos difusores).

Assim, além das formas de circulação movimentadas pelo próprio jornal, o público pode contribuir para fazer circular uma notícia, tanto ao reproduzir/compartilhar um conteúdo, quanto ao postar um comentário sobre o acontecimento jornalístico. Essa participação na circulação configura a recirculação jornalística (Zago, 2011a), tópico a ser abordado no próximo capítulo.

3 RECIRCULAÇÃO

No contexto da circulação jornalística, a recirculação pode ser vista como uma forma de os interagentes participarem do processo jornalístico, ao colocar novamente em circulação conteúdos originalmente distribuídos pelos jornais em seus canais tradicionais de circulação.

Para compreender este cenário, primeiro discorre-se sobre a recirculação como uma forma de participação no jornalismo. Na sequência, o trabalho se debruça especificamente sobre o conceito de recirculação jornalística e sua relação com outros conceitos similares. Ao final, busca-se identificar os impactos da recirculação no processo jornalístico.

3.1 Recirculação como participação na circulação

Neste trabalho, a recirculação é pensada como uma forma de participação do público no processo jornalístico, mais especificamente como uma forma de participação na circulação. Assim, para entender esse fenômeno, é preciso primeiro compreender outras possibilidades de participação do público no jornalismo.

Especificamente com relação ao jornalismo, a participação do público não é algo necessariamente novo. Desde os primórdios da imprensa escrita, as pessoas comentavam entre si sobre as notícias, de forma oral. Os próprios veículos impressos costumavam ter espaços em que essa recirculação pudesse se manifestar, como nas cartas, ou em espaços para artigos de opinião de leitores. Para passar adiante um conteúdo, recortes de notícias podiam ser copiados para serem distribuídos entre amigos e familiares.

Hermida (2011) comenta que os primeiros jornais, no século XVII, traziam uma página em branco para que os leitores pudessem incluir suas impressões pessoais sobre as notícias antes de passar adiante a publicação para que outros também pudessem ler. *Publick Occurrences* foi o primeiro jornal impresso com mais de uma página publicado nos Estados Unidos, em 1690. O jornal continha quatro páginas, mas apenas três eram preenchidas com conteúdo. A quarta página era deixada intencionalmente em branco para que os leitores pudessem incluir seus comentários (Figura 5).



Figura 5. Primeira página com conteúdo e quarta página em branco do jornal *Publick Occurrences*.
 Fonte: <http://dialogue.openmargin.com/post/459026765/a-history-lesson-about-the-future>

A página em branco ao final dos jornais deixou de existir com a profissionalização do jornalismo no século XIX: “Os jornais se tornaram produtos acabados sem espaços em branco e com praticamente todo seu conteúdo editorial criado por indivíduos [jornalistas profissionais]” (Hermida, 2011, p. 14, tradução nossa)⁶⁰.

Desde então, praticamente não havia espaço para a participação do leitor no próprio jornal. “A principal exceção era o espaço formal da carta ao editor, o qual era filtrado por um jornalista, e, se o jornalista decidisse que era aceitável, o texto era impresso junto com outros conteúdos daquela edição” (Hermida, 2011, p. 14, tradução nossa)⁶¹. Cartas de leitores aparecem como uma das formas mais antigas de participação do público no jornalismo, ainda que essa participação por vezes fique restrita aos textos mais bem escritos ou a comentaristas regulares (Silva, 2005).

Além do jornal impresso, também era possível visualizar formas de participação vinculadas a outros meios. Mesmo antes da TV Digital, já havia participação na televisão (como no caso de votação por telefone) (Cajazeira, 2013). Ao teorizar sobre o rádio na década de 1920, Bertold Brecht já dizia que o rádio poderia servir como um meio democrático de comunicação, na medida em que os cidadãos poderiam participar dos programas de rádio

⁶⁰ Tradução de: “Newspapers became finished products with no blank spaces and with virtually all their editorial content authored by individuals [professional journalists]” (p. 14)

⁶¹ Tradução de: “There was no longer room for the personal observation of the reader, at least not within the newspaper itself. The main exception was the formal channel of the letter to the editor, which was vetted by a journalist, and, if the journalist decided it was acceptable, printed along with the other contents of that edition” (p. 14)

(Schultz, 2000), ainda que essa participação normalmente se dê através de outro meio que não o próprio rádio (como no caso do telefone).

Para Hermida (2011), a participação no jornalismo online estaria mais próxima das páginas em branco do que das cartas dos leitores nos jornais, visto que as cartas dos leitores passam por um processo de seleção (o jornal decide quais publicar), ao passo que a quarta página em branco permitia a livre manifestação de pensamento daqueles que tivessem acesso àquela cópia específica do jornal. Além disso, as páginas em branco permitiam a participação diretamente no próprio meio em que as notícias eram publicadas (cópia do jornal), ao passo que as outras formas de participação envolviam a utilização de outro meio de comunicação para operacionalizar essa participação (telefone ou correio, por exemplo).

A internet trouxe novos lugares para essa prática, ao possibilitar a criação de sites dedicados à crítica da mídia e de blogs voltados para reproduzir e comentar notícias. Nesse contexto, os sites de rede social constituem espaços propícios para se observar essa recirculação jornalística, na medida em que, por se tratarem de espaços públicos mediados, permitem rastrear reproduções e comentários sobre acontecimentos jornalísticos. Assim, o diferencial, por conta dos espaços públicos mediados da internet, é que essas trocas entre indivíduos cada vez mais ficam disponíveis online, podendo ser recuperadas por audiências invisíveis (boyd, 2007).

Mesmo que já houvesse formas de participação do público em outras modalidades jornalísticas, o diferencial é que o online potencializa esse fenômeno (Cajazeira, 2013; Deuze, 2006), na medida em que oferece opções facilitadas para que essa participação ocorra. Nesse sentido, no contexto da televisão, para Cajazeira (2013, p. 80), “A utilização das ferramentas web trouxe uma amplitude no contato entre o jornalismo e a sua audiência. Alguns telespectadores passaram a enviar e-mails, gravações de imagens em vídeo, foto e texto às redações de Jornalismo”. Um exemplo de emprego de ferramentas digitais para potencializar a participação do público pode ser citada com o uso do mensageiro instantâneo para dispositivos móveis *WhatsApp* para o envio de fotos e vídeos para jornais⁶². Essa possibilidade permite que usuários enviem relatos diretamente do local em que acontecem os

⁶² Como exemplo, os jornais Diário Gaúcho, do RS, e Estado de S.Paulo, de SP, disponibilizam números de telefone para receber contribuições dos leitores via WhatsApp. “Diário Gaúcho abre mais um canal de comunicação com leitores”, *Assessoria de Imprensa Grupo RBS*, 9 abr. 2014. Disponível em: <<http://www.gruporbs.com.br/noticias/2014/04/09/diario-gaicho-abre-mais-um-canal-de-comunicacao-com-leitores/>>. Acesso em: 28 ago. 2014. “‘Estado’ recebe fotos, vídeos e notícias por WhatsApp”, *O Estado de S.Paulo*, 15 abr. 2014. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,estado-recebe-fotos-videos-e-noticias-por-whatsapp,1154298>>. Acesso em: 28 ago. 2014.

fatos, para que possam ser posteriormente verificados pelos veículos e transformados em notícia.

A participação no jornalismo é fruto da potencialização de uma das características do jornalismo digital: a interatividade. Ao lado de hipertextualidade, multimídia, velocidade, personalização, memória e atualização contínua, a interatividade aparece como uma das características do jornalismo online (Palacios, 2003). A interatividade pode se dar tanto entre indivíduos (entre integrantes do público ou entre o público e os jornalistas) quanto do indivíduo em relação ao meio (ao navegar pelo hipertexto ou acessar um conteúdo multimídia). No primeiro caso, temos uma interação mútua (Primo, 2007), (pois as interações são recursivas e construídas pelos interagentes. No segundo caso, a interação é reativa (Primo, 2007), pois ao interagente apenas cabe escolher dentre opções pré-determinadas em um sistema.

Embora outros meios também possam conter elementos de interatividade (como no caso do rádio), “esse aspecto é geralmente referido como a principal característica distintiva do ambiente online” (Bardoel & Deuze, 2001, p. 5, tradução nossa)⁶³. Os autores veem a interatividade como um recurso da audiência: “notícias online têm o potencial de tornar o leitor/usuário parte da experiência da notícia” (Bardoel & Deuze, 2001, p. 5, tradução nossa)⁶⁴.

Os primeiros estudos sobre a interação mediada por computador no jornalismo abordavam principalmente troca de e-mails entre jornalistas e leitores (Schultz, 2000) e fóruns de discussão vinculados a jornais nos quais havia trocas entre leitores (Schultz, 2000). Desde o princípio, as possibilidades de interação eram pensadas em duas modalidades principais: entre jornal e leitores, e entre leitores.

Em meados dos anos 2000 começam a aparecer estudos sobre a produção colaborativa de notícias entre jornalistas e leitores, no chamado webjornalismo participativo (Primo & Träsel, 2006). Primo e Träsel (2006, p. 9) definem webjornalismo participativo como “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura não pode ser claramente demarcada ou não existe”. O webjornalismo participativo normalmente está associado à produção de notícias, embora possa englobar também a participação em outras etapas do processo jornalístico (Hermida, 2011).

⁶³ Tradução de: “this aspect is generally referred to as the main discerning characteristic of the online environment” (p.5).

⁶⁴ Tradução de: “online news has the potential to make the reader/user part of the news experience” (p.5)

Ao falar de interatividade, Cabrera (2005 apud Barbosa, 2007, p. 95) propõe quatro níveis de participação na produção de conteúdos no jornalismo: protagonista, testemunha, colaborador e comentarista. O protagonista da notícia é aquele que *sofre* o acontecimento. Já a testemunha é aquela que observa diretamente o ocorrido. O colaborador contribui com dados ou informações, mesmo que não tenha protagonizado ou testemunhado um fato. E, por fim, o comentarista opina sobre o conteúdo da informação.

Ao lado desses quatro níveis, neste trabalho considera-se a existência de outros papéis, associados à circulação e à recirculação de notícias. Como exemplo, tem-se o compartilhador, que contribui para fazer circular notícias, o avaliador, que contribui para promover notícias a partir de curtidas e outras formas de avaliação de conteúdo, o remixador, que cria novos conteúdos a partir da combinação de conteúdos preexistentes, dentre outros participantes no processo de circulação de notícias.

Nos sites de rede social, a relação do jornalismo com seus públicos se altera. Mas quem são esses públicos? No contexto mais amplo da comunicação organizacional, Chamusca & Carvalho (2013, p. 79) definem público como “todo grupo que influencia ou é influenciado pela organização, em algum grau, direta ou indiretamente”. Ainda que toda organização tenha múltiplos públicos, os “públicos devem ser agrupados pelas suas especificidades e, portanto, devem ser o mais segmentado possível” (Chamusca & Carvalho, 2013, p. 85). Assim, em termos gerais, os públicos de um veículo jornalístico incluiriam desde os jornalistas e demais funcionários da organização como também leitores, fontes e colaboradores externos.

Nesse contexto, ao longo do trabalho, o termo “públicos” é utilizado para se referir ao conjunto de interagentes que se relaciona com o jornal ao longo de suas etapas, podendo incluir tanto consumidores de notícias quanto indivíduos que servem de fontes para as notícias. A parcela do público que mais interessa ao presente trabalho é composta por leitores do jornal, mais especificamente aqueles leitores que atuam, eventualmente, como recirculadores de conteúdo, ao filtrar, comentar ou avaliar notícias em sites de rede social.

Assim, na internet, o público pode participar de diversas formas em diferentes momentos do processo jornalístico, tanto como fonte e produtor de informação, quanto como compartilhador e receptor de notícias (Magalhães, 2012). Essa participação pode se dar também de forma indireta. Por exemplo, as preferências do público podem ser levadas em conta na hora de decidir os conteúdos que receberão destaque na página inicial de um jornal online (Aguiar & Barsotti, 2012; Barsotti, 2012; Vu, 2014). Para Cajazeira (2013, p. 86), “os usuários das redes sociais não estariam produzindo notícias, mas elementos noticiosos construídos a partir da perspectiva de visibilidade dos atores envolvidos”.

Nesse sentido, a participação dos interagentes na construção das notícias no meio digital não se limita à possibilidade de publicação autônoma de conteúdos. O internauta pode colaborar de outras formas com a produção e com a distribuição de informações na rede, como através do envio de pautas, ou manifestando sua opinião em comentários em sites de veículos tradicionais. Bowman & Willis (2003) listam alguns dos papéis que podem ser desempenhados pela audiência no jornalismo participativo: publicação, transmissão de áudio e vídeo, edição, criação de conteúdo (escrita, fotografia, vídeo, cartoon), comentários e opinião, documentação, administração do conhecimento (ao desempenhar o papel de bibliotecário) e anunciante (compra e venda de produtos). Além desses papéis, é possível incluir a recirculação e as práticas de filtro, comentário e avaliação de notícias no rol de formas de participação do público no jornalismo.

Para Bruns (2008), diante das audiências ativas, a notícia deixa de ser um produto para se tornar um processo, “nunca acabado, sempre contínuo e (...) gradualmente evoluindo em direção a um melhor entendimento da ‘verdade’” (Bruns, 2008, p. 82, tradução nossa)⁶⁵.

Ainda que a participação do público na produção jornalística seja a mais explorada, os interagentes também podem contribuir para fazer circular uma informação (Russell, 2011). Diante dos sites de rede social, a própria maneira como os usuários interagem com o conteúdo se modifica:

O receptor passivo do passado tornou-se o usuário ativo que interage com as notícias, faz links para elas, conta a amigos, faz críticas. Em suas páginas no Facebook ou no Twitter, os usuários podem postar links para suas notícias favoritas ou engajar-se criticamente com o conteúdo fornecido pela organização jornalística (Heinrich, 2011, p. 169, tradução nossa)⁶⁶.

A participação dos interagentes no processo jornalístico a partir dos sites de rede social ocorre em um contexto de jornalismo em rede, um “jornalismo que vê o público como criador, investigador, reagente, (re)criador e (re)distribuidor de notícias e onde todas as variedades de mídia, produtos e interesses amadores e profissionais, corporativos e independentes se interseccionam em um novo patamar” (Russell, 2011, p. 1, tradução nossa)⁶⁷. Nesse sentido, o jornalismo estaria se tornando mais conversacional (Russell, 2011),

⁶⁵ Tradução de: “instead, news is a process, never finished, always continuing, and (...) gradually evolving towards a better understanding of ‘the truth’” (p. 82)

⁶⁶ Tradução de: “The passive receiver of the past has become the active user who engages with stores, links to them tells friends, deliver critiques. On their Facebook pages or Twitter accounts, users can post links to their favorite News stories or critically engage with content provided by news organization” (p. 169).

⁶⁷ Tradução de: “journalism that sees publics as creators, investigators, reactors, (re)makers, and (re)distributor of News and where all variety of media, amateurs and professional, corporate and independent products and interests intersect at a new level” (p.1).

na medida em que novos atores podem colaborar na produção e na divulgação de notícias e ainda conversar entre si.

Para Russell (2011), apesar de as barreiras entre fontes, repórteres e audiências estarem diminuindo, elas ainda existem. De qualquer modo, para a autora, é inegável a influência recíproca entre jornalistas e públicos, entre profissionais e amadores: amadores imitam profissionais⁶⁸, da mesma forma que profissionais imitam amadores⁶⁹. Essas influências recíprocas trazem indícios de que o comportamento e as atividades do público importam, sim, ao jornalismo.

Essas influências recíprocas entre jornalismo e suas audiências no jornalismo em rede também podem ser relacionadas com o conceito de remediação. Para Bolter e Grusin (1999) a relação entre dois meios se dá num processo de remediação, no qual um meio se vale de ideias e processos de outro para se constituir e legitimar: “chamamos a representação de um meio em outro de remediação” (Bolter & Grusin, 1999, p. 45, tradução nossa)⁷⁰.

O processo de remediação não é exclusividade das novas mídias, embora seja potencializado por elas. Também não se trata propriamente de uma progressão linear: velhas mídias podem se remediar para se aproximar de novas mídias. As influências ocorrem, assim, em duplo fluxo: no campo do jornalismo, por exemplo, tanto o jornal online se vale de recursos do jornal impresso (como o uso de “capa” como página inicial) para se estabelecer, como o próprio jornal impresso passa a incorporar elementos do jornal online (como por exemplo, com o uso de notas curtas, ou a sugestão de endereços da web onde as informações possam ser complementadas) para agregar valor ao seu conteúdo. O processo de remediação também pode se dar entre sites de rede social e jornais online, com jornais que cada vez mais incorporam atividades típicas das redes (compartilhamento, perfis, conversação), ao mesmo tempo em que os usuários passam a usar a rede para atividades próximas ao jornalismo (compartilhamento de manchetes, links e comentários de notícias).

Observar como os veículos jornalísticos se descrevem em diferentes sites de rede social também é uma forma de perceber essas influências recíprocas entre os meios (Zago & Belochio, 2014). Conforme observado em pesquisa realizada em 2014, enquanto alguns veículos optam por apresentar propostas bastante tradicionais em seus espaços sociais em

⁶⁸ Como no caso de sites de notícias satíricos, como em O Bairrista, site gaúcho que utiliza recursos da linguagem jornalística para fazer humor. Disponível em <http://obairrista.com>

⁶⁹ Como na galeria de fotos criada pelo jornal Folha de S.Paulo durante as Olimpíadas de 2012 inspirada no Tumblr de imagens divertidas “Como me sinto quando”. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/1127903-como-me-sinto-quando-nos-jogos-olimpicos.shtml>

⁷⁰ Tradução de: “we call the representation of one medium in another remediation” (p.45)

sites como Facebook, Twitter e Instagram, outros buscam selar um contrato de participação com o público, com uma linguagem mais próxima do meio.

Em sentido parecido, Mancini (2011) convida a hackear o jornalismo, ou seja, torná-lo passível de manipulação pelos usuários – seja a partir do repasse de informações, seja a partir da possibilidade de criação de novos produtos (remixagens, mashups) a partir das notícias. Para isso, seria necessário projetar produtos jornalísticos remixáveis e reelaboráveis. “A qualidade não está necessariamente baseada na produção original nem é invalidada pela gratuidade e pela reprodução. Em uma economia de sentido baseada na propagação e na transformação, o que não pode ser manipulado carece de valor” (Mancini, 2011, p. 67, tradução nossa)⁷¹. Mesmo assim, é importante ponderar que o potencial criativo do público não substitui a busca pela verdade do jornalismo. Até para criar uma piada distorcendo uma notícia é preciso, inicialmente, ter a notícia que servirá como base.

Para o autor, o modelo emissor – receptor não funciona numa sociedade em rede, “onde tudo se edita, a web é publicada de forma distribuída e os conteúdos, como o código, são reutilizáveis” (Mancini, 2011, p. 103, tradução nossa)⁷².

Nesse contexto,

As redações jornalísticas ainda estão batalhando para descobrir quais seriam seus novos papéis em um ambiente no qual a demanda por informação pode ser direcionada, afetada e moldada pelo que acontece em comunidades online, nas quais cidadãos podem fazer demandas acerca do que os jornalistas devem cobrir e podem reunir informações de uma série de recursos se os veículos tradicionais falham em prover a informação desejada (Jenkins, Ford & Green, 2013, p. 42, tradução nossa)⁷³.

Nesse cenário de incertezas, no começo de 2013, as organizações Globo surpreenderam ao banir links no Facebook, alegando pouco retorno em termos de acesso ao site. Juarez Queiroz, CEO do Globo.com, afirmou na época: “O Facebook não é importante na distribuição da Globo. Representa menos de 2% na média, em alguns produtos menos de 1%” (Levin, 2013). Ao invés de postar manchetes e links, a empresa passou a investir em imagens com frases de efeito, conteúdos que são facilmente compartilháveis, na expectativa de que os usuários que tivessem interesse no conteúdo pudessem entrar no site e procurar a

⁷¹ Tradução de: “La calidad no está necesariamente basada en la producción original ni invalidada por la gratuidad y la reproducción. En una economía de sentido basada en la propagación y en la transformación, lo que no se puede manipular carece de valor” (p.67).

⁷² Tradução de: “Ese modelo no funciona en la sociedade red, donde todo se edita, la web se publica en forma distribuida y los contenidos, como el código, se reutilizan” (p. 103).

⁷³ Tradução de: “Newsrooms are still struggling to figure out what their new roles may be in an environment where the demand for information can be driven by affect and shaped by what happens within online communities, where citizens may make demands on what journalists cover and may cobble together information from a range of resources if traditional news outlets fail to provide desired information.” (p. 42)

informação, o que poderia gerar acessos e visualizações de páginas⁷⁴. Apesar da mudança, a empresa voltou atrás ainda no final de 2013⁷⁵ e voltou gradualmente a postar links nos sites de rede social, talvez temendo perder seu público para outras opções nas redes.

Compartilhar links para notícias nos sites de rede social é apenas umas das formas de participação dos interagentes no processo jornalístico. O Quadro 2 procura sistematizar as possibilidades de participação dos interagentes nas etapas do processo jornalístico em sites de rede social.

Quadro 2. Possibilidades de participação do público nas etapas do processo jornalístico em sites de rede social.

Etapa	Formas de participação
Apuração em rede	<ul style="list-style-type: none"> - Apuração distribuída - Busca por personagens - Celebidades/políticos como fonte - Sugestão de pauta - Grande reverberação como indicador de nova pauta
Produção em rede	<ul style="list-style-type: none"> - Chamadas-convite para colaborações em espaços de webjornalismo participativo - Conteúdos postados nas redes para construir especiais multimídia - Resposta a chamadas-convite - Reprodução de informações postadas por interagentes
Circulação em rede	<ul style="list-style-type: none"> - Filtro de notícias/compartilhamento/curadoria de conteúdos - Comentário de notícias - Avaliação de notícias/curtidas
Consumo em rede	<ul style="list-style-type: none"> - Novas plataformas e suportes - Novos padrões de consumo - Conversação entre integrantes da audiência - Apontar erros e falhas

Assim, na **apuração em rede**, a participação do público nos sites de rede social pode se dar de diversas formas. Na apuração distribuída (Träsel, 2009), diversos indivíduos contribuem para apurar grandes quantidades de dados. A apuração distribuída combina

⁷⁴ Essa decisão também está relacionada à crescente dependência dos veículos a normas estabelecidas por empresas privadas, como o Facebook, que constantemente mudam as regras favorecendo a visibilidade de uns ou outros conteúdos (Fava, 2014). Ao postar um link para a notícia no Facebook, o usuário tem acesso a uma amostra de um trecho da notícia relacionada. Muitas vezes, esse trecho é considerado suficiente pelos usuários, que não acessam o link.

⁷⁵ Disponível em <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/01/02/Globo-volta-a-postar-links-no-Facebook>>. Acesso em: 24 fev. 2014.

técnicas de apuração com o poder do *crowdsourcing*⁷⁶ (Howe, 2009). Um exemplo mencionado por Träsel (2009) é a seção especial “investigate your MP’s expenses” (“investigue as despesas de seu membro do Parlamento”) criada pelo jornal The Guardian, em 2009, convidando os leitores para auxiliar no trabalho de análise de milhares de páginas de documentos do Parlamento britânico. A partir da ferramenta criada, os leitores poderiam sugerir se valia a pena ou não investigar mais a fundo uma determinada página.

Uma segunda possibilidade é utilizar os sites de rede social para uma busca por personagens para ilustrar uma matéria. Nesse sentido, o site Ajude um Repórter⁷⁷ contribui para a busca por personagens na internet. Ao entrar no site, o usuário tem a opção de se cadastrar como fonte ou de procurar por fontes. Jornalistas podem usar os canais de redes sociais do site para solicitar perfis específicos necessários para atuar como fonte em uma determinada matéria. Essas chamadas à procura por fontes são posteriormente postadas no Twitter (Figura 6).



Figura 6. Reprodução de *tweets* com solicitação de fontes do site Ajude um Repórter. Fonte: <https://twitter.com/ajudeumreporter> Acesso em 22 jul. 2013.

A apuração em rede também se manifesta diante da possibilidade de jornalistas recorrerem diretamente a perfis pessoais de celebridades, políticos, ou outras personalidades

⁷⁶ Crowdsourcing, ou agrupamento (D’Andrea, 2013), envolve a utilização de várias pessoas (*crowd*) para atingir uma finalidade comum.

⁷⁷ <http://www.ajudeumreporter.com.br/>

famosas, para recolha de informações. Há vezes em que a própria fala de uma personalidade famosa num site de rede social se transforma em notícia autônoma (Zago, 2011b). A prática é bastante comum em sites ou seções de fofocas e celebridades (Figura 7), embora a utilização de excertos de falas proferidas em redes sociais também possa aparecer no noticiário tradicional (Figura 8).

Que fofa! Ricardo Pereira divulga foto do filho

'O meu filhote só quer a 'bó'', disse o ator na rede social Instagram sobre o pequeno Vicente.

do EGO, no Rio

Comente agora

Tweeter 6

Recomendar 2

Que fofa! **Ricardo Pereira** divulgou foto do filho na noite desta terça-feira, 30. "O meu filhote só quer a 'bó' (bola)", disse o ator na rede social Instagram sobre o pequeno Vicente, de um ano - fruto de seu relacionamento com Francisca Pinto.

SAIBA MAIS

Grávida, mulher de Ricardo Pereira exhibe barriguinha na praia

Ricardo Pereira passeia com o filho na orla do Rio

Grávida pela segunda vez, Francisca Pinto exibiu a barriguinha na praia do Leblon, Zona Sul do Rio, no início de junho. A gravidez foi confirmada pelo ator no Twitter. "Meus amigos, é verdade, estou 'grávido', quer dizer, a minha Francisca está grávida, vem aí o nosso segundo filho! Oba!", escreveu Ricardo.

Figura 7. Matéria do site Ego baseada em postagens de artistas no Twitter e no Instagram. Fonte: <http://ego.globo.com/criancas/noticia/2013/07/que-fofo-ricardo-pereira-divulga-foto-do-filho.html>

Um deles foi o rapper Marcelo D2, que lamentou ontem no Twitter a morte de Marku Ribas, fazendo um agradecimento póstumo por ter usado a base de "Zamba Ben" em seu sucesso "A maldição do samba". Outro dos grandes admiradores de Marku foi o cantor Ed Motta, que em 2007 compilou as faixas da coletânea "Zamba Ben", lançada para comemorar os 60 anos de idade do músico.

"Quando se fala de ritmo afro/latino/brasileiro, o grande artista pra mim sempre foi o Marku Ribas. Todo blá-blá-blá de 'Olha o violão de fulano, olha a divisão de beltrano...', Marku coloca todo mundo no saco. Sua música é objeto de estudo, de pesquisa eterna", comentou ontem Ed, em sua página no Facebook.

Figura 8. Em meio a uma notícia sobre a morte do compositor e percussionista Marko Ribas no site do jornal O Globo, trechos destacam reações de outros artistas nas redes sociais. Fonte: <http://oglobo.globo.com/cultura/morre-cantor-compositor-percussionista-marku-ribas-aos-65-8049220>

Outro exemplo possível é quando usuários enviam sugestões de pautas através das redes sociais. Assim como os leitores podem sugerir pautas através de outros canais de contato do jornal (por exemplo, o jornal Zero Hora disponibiliza e-mail, endereço postal e

telefones para contato na contracapa de todas as edições impressas), essa sugestão também pode se dar através dos sites de rede social. Um exemplo pode ser visto na Figura 9, no qual um leitor envia uma informação para a página do jornal Estadão no Facebook.



Figura 9. Sugestão de pauta de leitor enviada através do Facebook para o jornal Estadão.
Fonte: <https://www.facebook.com/estadao/posts/706694746012257>

Uma outra possibilidade semelhante pode ser observada quando a grande reverberação de um determinado assunto nas redes sociais acaba se tornando uma nova pauta. Nesse caso, é a própria repercussão do assunto que acaba transformando-o em fonte para notícia (Recuero, 2009b; Zago, 2011b). Nessas situações, a reverberação do acontecimento se aproxima da noção de ciberacontecimento (Henn, 2013; Henn, Höehr & Berwanger, 2012), na medida em que algo que ocorreu na internet (a repercussão) é o mote que transforma o acontecimento em matéria-prima para o jornalismo. Um exemplo dessa modalidade de apuração em rede pode ser visto na Figura 10.



Figura 10. Notícia do site Exame.com dando conta da repercussão de um assunto no Twitter.
Fonte: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/primeiro-ano-da-gestao-marissa-mayer-repercute-no-twitter>

Da mesma forma que na apuração, também é possível identificar formas de participação do público na **produção em rede**. Essa relação pode se dar, do ponto de vista do veículo, através da postagem de chamadas-convite (Belochio, 2009) para colaborações em espaços de webjornalismo participativo do próprio jornal. Essas chamadas são postadas em sites de rede social como uma forma de potencializar a participação nos espaços colaborativos

do jornal (Figura 11), ainda que algumas vezes a participação possa de fato se dar através dos sites de rede social (Figura 12).



Figura 11. *Tweet* da Revista SãoPaulo (suplemento do jornal Folha de S.Paulo) com convite para participação no site do jornal.

Fonte: <https://twitter.com/revistasaopaulo/status/319967624542973953>



Figura 12. Chamada-convite no Facebook de Zero Hora para participação através do Instagram.

Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10150305298949956&set=a.284218549955.33211.46452974955&type=1>

Como corolário das chamadas-convite, a produção em rede também se manifesta em conteúdos postados no jornal em resposta a chamadas-convite para participação através dos sites de rede social (Figura 13), ou quando o jornal reproduz conteúdos postados nos sites de rede social, ainda que não tenha solicitado diretamente ao interagente. Na Figura 14, o jornal Zero Hora pede autorização a um interagente para reproduzir seu *tweet* na edição impressa do jornal.



Figura 13. Galeria publicada no site do jornal Zero Hora com algumas das contribuições recebidas no Instagram em resposta à chamada-convide da Figura 12.

Fonte: <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/pagina/missao-zh-dia-dos-pais.html>



Figura 14. Perfil de Zero Hora no Twitter pede autorização para publicar na edição impressa crítica de leitor ao jornal no Twitter.

Fonte: <https://twitter.com/zerohora/status/404998191776813056> Acesso em 25 nov. 2013

Além disso, pode-se identificar a produção em rede a partir de conteúdos postados nas redes para auxiliar na construção de coberturas ao vivo (Figura 15), em *widgets*⁷⁸ (Figura 16) ou em especiais multimídia (Figura 17). Nem sempre essa participação atende às expectativas do veículo. Em 2011, para assinalar a passagem dos 10 anos do dia 11 de setembro de 2001, o jornal Zero Hora criou um especial multimídia que contava com a participação do público, através de *tweets* contendo a hashtag #memorial1109, para reconstruir as torres gêmeas com mensagens de condolências às vítimas da tragédia. Cada bloco correspondia a um *tweet*, que podia ser lido na página do especial no site do jornal. Uma análise realizada na época (Zago & Migowski, 2013b) identificou que apenas 30% das mensagens postadas pelos usuários

⁷⁸ O termo *widget* é utilizado para se referir a componentes de uma interface, como janelas, botões, e etc. Por meio de um *widget*, é possível incorporar partes de um conteúdo de um site em outro, como ao incluir uma janela com atualizações do Twitter em um site de notícias.

seguiam a proposta do jornal. O restante compreendia o emprego da hashtag para outras finalidades, desde promoção pessoal até lembrar o 11 de setembro de 1973, utilizando da visibilidade proporcionada pelo jornal ao reproduzir os *tweets* diretamente no especial multimídia. Assim, observa-se que a produção em rede enfrenta desafios, que vão desde o fornecimento de informações erradas até um completo desvio da proposta do jornal. Ao invés de diminuir o trabalho do jornalista, a produção em rede requer cuidado redobrado, tanto para moderar as contribuições do público quanto para verificar as informações.



Figura 15. Notícia do jornal Gazeta Online sugere hashtags para os usuários que quisessem contribuir para a cobertura ao vivo do carnaval no estado do Espírito Santo. Os *tweets* com as hashtags sugeridas apareceriam ao vivo no telão do jornal no local dos desfiles.

Fonte: http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2013/01/noticias/especiais/carnaval/1395828-saiba-como-participar-da-cobertura-do-gazeta-online-no-carnaval-capixaba.html



Figura 16. Widget exibido na página de trânsito de Zero Hora, que exibe os últimos *tweets* feitos pela conta @transitozh no Twitter. Como o perfil retuita colaborações dos interagentes, também há reprodução das contribuições dos interagentes.

Fonte: <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/geral/transito/>



Figura 17. O especial multimídia “Reconstrua as Torres Gêmeas” de Zero Hora contou com participação do público via Twitter.

Fonte: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/torres_gemeas/index.html

Já a **circulação em rede** se manifesta a partir das atividades de filtro, comentário e avaliação de notícias. A atividade de filtro (e seu corolário, a curadoria⁷⁹) ocorre quando interagentes reproduzem nas redes informações originalmente veiculadas por jornais, tanto a partir das próprias redes (ao clicar no botão retweet no Twitter como na Figura 18, ou compartilhar no Facebook) como a partir do site do jornal (ao clicar em botões de compartilhamento presentes na própria página da notícia, ou ao postar o link diretamente nas redes). Reproduzir conteúdos é considerado uma atividade de filtro na medida em que provê acesso ao link aos contatos do interagente na rede social em questão. Assim, aquele que posta atua como filtro da informação para sua rede (Recuero, 2009b). O resultado dessa filtragem de conteúdo se assemelha a uma curadoria de informações (Rosenbaum, 2011), na medida em que o usuário faz uma seleção de conteúdos para serem acessados por seus seguidores. A filtragem também está associada a um gatekeeping secundário (Singer, 2014), na medida em que os interagentes que promovem a recirculação do conteúdo contribuem para a visibilidade das notícias (Zago & Bastos, 2013).

Desde 2013, o blog jornalístico norte-americano Gawker permite aos usuários recompartilhar notícias com suas próprias manchetes e chamadas (LaFrance, 2013). A partir da ferramenta Kinja, ao clicar no botão de compartilhamento dos sites do grupo, o usuário tem a opção de postar a notícia com outra manchete e outra chamada, diferentes da chamada e da manchete originais.

Uma segunda forma de circulação em rede se dá através do comentário de notícias (Figura 19). Os interagentes podem tecer considerações acerca dos acontecimentos jornalísticos. Esses comentários podem manifestar opiniões diversas, ou até mesmo expressar

⁷⁹ O conjunto de notícias filtradas por um interagente em um site de rede social correspondem à curadoria realizada por ele para outros indivíduos que seguem o seu perfil.

humor. Como esses comentários estão associados a uma notícia e podem ser acessados por outros indivíduos, considera-se que constituem parte da circulação jornalística em rede, na medida em que podem representar o caminho inicial de acesso de um usuário a uma notícia ou a um acontecimento.



Figura 18. Tweet do @G1 sobre a situação de saúde de José Genoino, um dos presos do mensalão. O Twitter informa que a mensagem foi retuitada por outros usuários 22 vezes.
Fonte: <https://twitter.com/g1/status/403913823289364480> Acesso em 22 nov. 2013.

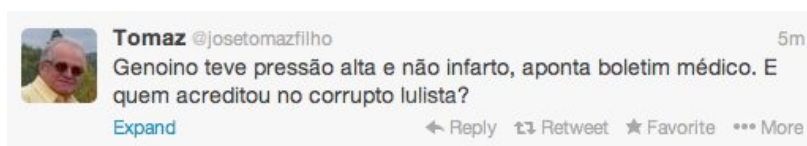


Figura 19. Comentário de usuário sobre o estado de saúde de José Genoino. O tweet traz a informação, mas também apresenta impressões pessoais do interagente.
Fonte: <https://twitter.com/josemazfilho/status/403934810415964160> Acesso em 22 nov. 2013

Uma terceira forma de circulação em rede se dá através da avaliação de notícias. Os interagentes podem influenciar o acesso a notícias tanto em termos de acessos e recomendações por e-mail (Figura 20) quanto ao usar recursos promovidos pelos próprios sites de rede social para avaliar uma notícia. Este é o caso do uso do botão curtir no Facebook no Twitter e do botão +1 no Google Plus.

mais lidas	mais buscadas	mais enviadas
1. José Genoino teve crise de pressão alta e não infarto, aponta boletim médico	1. nasa	1. Recifes de Maragogi dão tons raros de verde e azul à água
2. Homem morto com filho em SP chegou a lutar com bandidos, diz polícia	2. mensalão	2. Exposição reúne 250 gatos e até espécie sem pelo; veja tipos exóticos
3. Haddad diz que há um delegado envolvido com a máfia do ISS	3. gays agredidos	3. Veja os dez erros mais comuns de brasileiros em entrevistas de emprego
4. Médico cubano suspeito de erro em prescrição volta a atender na segunda-feira	4. petrobras	4. América foi povoada por dois grupos, mostra DNA
5. Carteira de atropelador que matou jovem foi cassada em maio	5. jose simão	5. Reinaldo Azevedo - Puxa-sacos de ladrões!
6. F-1 vai entregar troféus com pedra de pré-sal aos primeiros colocados	6. etanol	6. Praias e bons preços fazem da Albânia um interessante destino turístico
7. Aplicativo Lulu permite a mulheres dar	7. isofarma	7. Questões de Ordem: Qual a culpa de Genoino?
	8. genoino	
	9. marcelo coelho	
	10. cana	

Figura 20. Painel presente no site da Folha de S.Paulo mostra as notícias mais lidas, mais buscadas e mais enviadas pelos usuários que acessam o site do jornal.
Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/maispopulares/> Acesso em 22 nov. 2013

O **consumo em rede**, por sua vez, pode ser percebido diante de novas plataformas e suportes para o jornalismo, novos padrões de consumo, pela possibilidade de conversação sobre notícias entre integrantes da audiência, e pela possibilidade de apontar erros e falhas nas notícias.

Novas plataformas e suportes para o jornalismo incluem os próprios sites de rede social, os perfis mantidos pelos veículos jornalísticos, e as mensagens postadas por interagentes nas redes, os quais resultam em novos padrões de consumo. Para Alves (2006), os jornais “empacotam” as informações em um determinado formato. O RSS permite que os usuários “desempacotem” essas informações e consumam a unidade de informação (a notícia) sem necessariamente precisar percorrer o todo (site do jornal). Do mesmo modo, atualmente, com os sites de rede social, o consumo jornalístico pode se dar não apenas “fora do pacote” como também a partir de diversas fontes, combinando informações provenientes de jornais com impressões e comentários dos usuários.

No consumo em rede, apontar erros nas notícias se torna cada vez mais fácil – embora nem sempre a resposta seja ágil⁸⁰. A conversação entre interagentes nos comentários dos jornais ou nos perfis dos jornais nas redes sociais também é uma forma de visualizar o consumo jornalístico (Figura 21). No jornalismo em rede, o consumo se torna coletivo, na medida em que se pode compartilhar impressões e comentários com outros integrantes da audiência.



Figura 21. Comentários no Facebook em resposta a uma notícia publicada no perfil do jornal Estadão sobre a possibilidade de mudança do horário dos jogos da Copa de 2014 em função do calor. O comentário de um usuário é respondido por outros usuários.

Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=782406081774456&set=a.124486140899790.24501.115987058416365&type=1> Acesso em 22 nov. 2013.

⁸⁰ Em 2006, ao reportar um erro numa notícia no portal Terra através de um formulário de contato disponibilizado no site, foi preciso esperar um prazo de quase seis meses para receber um retorno por parte da equipe de atendimento ao cliente do portal e para que o erro fosse de fato corrigido.

O fato de o consumo se dar em um contexto de rede também pode trazer implicações negativas ao usuário, uma vez que há um valor associado a transmitir a informação o mais rápido possível. Ser o primeiro a tuitar uma informação para sua rede pode gerar vários retweets (Recuero & Zago, 2012), e, nessa ânsia de ser ágil, usuários podem acabar retuitando informações sem antes acessar o link relacionado no *tweet* original (Zago & Migowski, 2013a).

Vários trabalhos abordam as etapas do processo jornalístico. A maior parte deles (como Alsina, 2009; Schwingel, 2012, dentre outros) não inclui o consumo como parte do processo. Na presente pesquisa, entende-se que o consumo seria parte integrante do processo na medida em que o jornalismo se perfectibiliza com o leitor, ainda que na maior parte das vezes este seja pensado de forma imaginada (Storch, 2012). Ora, não se produz notícia para não ser lida (Park, 2008). Diante disso, não faz sentido deixar o consumo de fora do processo. Além disso, o consumo pode ter continuidade na recirculação, que pode atribuir novos sentidos ao acontecimento.

Essas possibilidades múltiplas de participação no jornalismo em rede provoca uma transformação nos processos de produção das notícias nas redações. Novas práticas emergem (como a apuração distribuída) e outros processos são reinventados (como no caso da possibilidade da recirculação nos sites de rede social, ou na conversação entre leitores em espaços públicos mediados mantidos pelos jornais).

Por exemplo, se antes o jornalista chegava à redação e conferia apenas meios tradicionais antes de fazer uma reunião de pauta, atualmente os jornalistas precisam considerar, também, o que ocorre nas redes. Eles têm nessa busca da participação do público via redes sociais uma espécie de paradigma que se inseriu nos últimos anos nas suas rotinas de produção. Mais do que uma potencialização, isso pode indicar uma possível ruptura na forma de pensar o público no jornalismo em rede.

3.2 Caracterização da recirculação jornalística

Partindo de discussões iniciadas em estudos anteriores (Zago & Bastos, 2013; Zago, 2011a, 2012a, 2013a), neste trabalho a recirculação jornalística é compreendida como um desdobramento da etapa de circulação jornalística, ainda que ocorra normalmente após o consumo (Figura 22). A circulação se desdobra, assim, em duas atividades: a circulação propriamente dita, promovida pelos veículos, e a recirculação, realizada pelos usuários. A recirculação compreende atividades que promovem a circulação de narrativas em torno do

acontecimento jornalístico a partir da participação dos interagentes no processo jornalístico. Como foi visto no Quadro 2, a recirculação compreenderia três atividades principais e suas derivações: filtro, comentário e avaliação de notícias. Como envolve também uma eventual criação de novos conteúdos e sentidos sobre o acontecimento, e ocorre normalmente após o consumo, pode-se dizer que a recirculação engloba, também, atividades de produção e consumo.

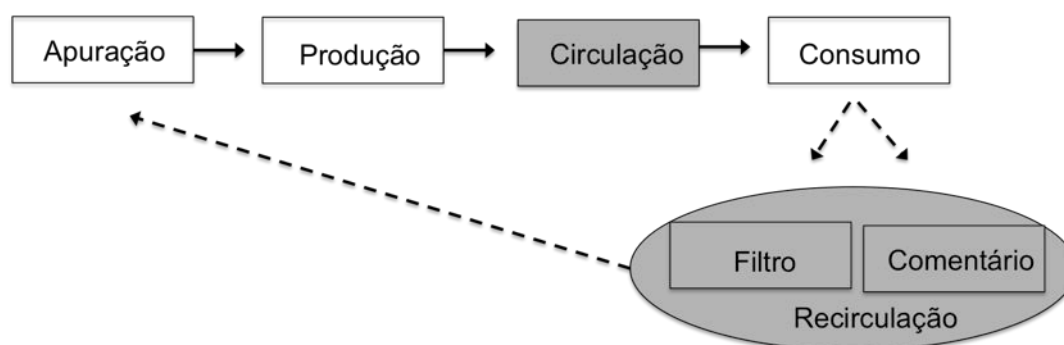


Figura 22. Processo jornalístico considerando os sites de rede social e a possibilidade de recirculação jornalística.
Fonte: Zago (2012a)

No esquema da Figura 22, pensado originalmente para a dissertação da autora em 2011 (Zago, 2011a), estão representadas as etapas do processo jornalístico, bem como dois caminhos potenciais: um que vai do consumo à recirculação e outro da recirculação para a apuração. Circulação e recirculação estão representados da mesma cor (cinza) por representarem desdobramentos de um mesmo processo (etapa de circulação jornalística).

Ainda que se busque situar o processo jornalístico em um esquema linear para compreender o papel da recirculação, o processo jornalístico pode ser melhor representado numa estrutura de rede (Figura 23), em que as diferentes etapas, ao invés de se sucederem linearmente no tempo, ocorrem de forma concomitante e não necessariamente em uma sequência determinada.

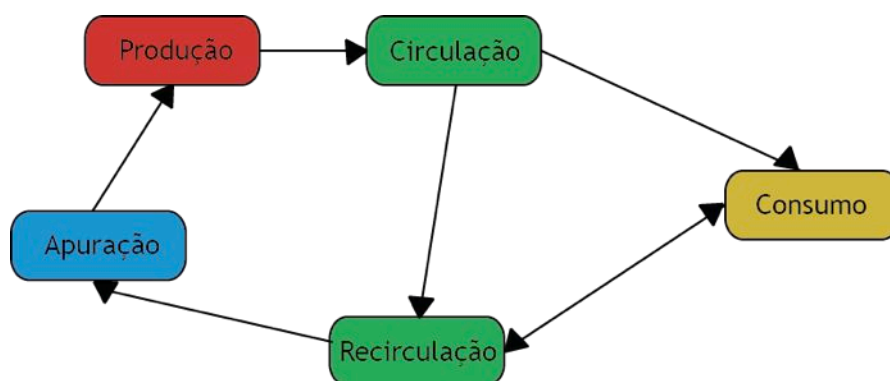


Figura 23. Etapas do processo jornalístico esquematizadas na forma de rede.

No esquema representado na Figura 23, circulação e recirculação aparecem da mesma cor, pois são considerados desdobramentos de um mesmo processo (a circulação de informações). Esse processo, no jornalismo, assume duas facetas diante das possibilidades de participação do público na circulação. De um lado, temos a circulação de notícias, promovida pelos veículos, em seus meios próprios e em canais acessórios para circulação de informações (como sites de rede social, blogs, dentre outros). De outro, temos a recirculação de conteúdos, promovida pelo público que, ao compartilhar ou comentar notícias, contribui para o espalhamento da informação.

As setas do grafo procuram representar os caminhos mais comuns do processo jornalístico, ainda que outros possam ser possíveis. Por exemplo, o processo tradicional envolve o caminho linear entre apuração, produção, circulação, consumo e recirculação. A partir desse processo, outro caminho alternativo pode emergir, quando a repercussão de um assunto (recirculação) se torna pauta para um novo produto jornalístico (apuração). Outra possibilidade diz respeito à passagem direta da circulação para a recirculação, sem passar pelo consumo, como no caso de bots e perfis que fazem posts automatizados no Twitter. A recirculação também pode contribuir para promover um novo consumo por parte de quem vê a mensagem filtrada ou comentada.

A estrutura do processo jornalístico envolve a interpenetração de duas esferas: a esfera dos veículos jornalísticos e a esfera do público (Figura 24). Enquanto na esfera dos veículos jornalísticos estão centradas atividades típicas de jornais e jornalistas (apuração, produção e circulação de notícias), a esfera do público abrange essas etapas (como foi visto no Quadro 2, apuração, produção e circulação podem ser participativas) mas vai além, englobando também – e principalmente – as etapas de consumo e recirculação jornalística. Ao reproduzir ou remixar conteúdos, o público contribui para a circulação de narrativas associadas ao

acontecimento jornalístico. Entretanto, as fronteiras entre o jornalismo e outras esferas (entretenimento, informação, utilidade, reunidos sob a alcunha de esfera social) se tornam cada vez mais borradas.

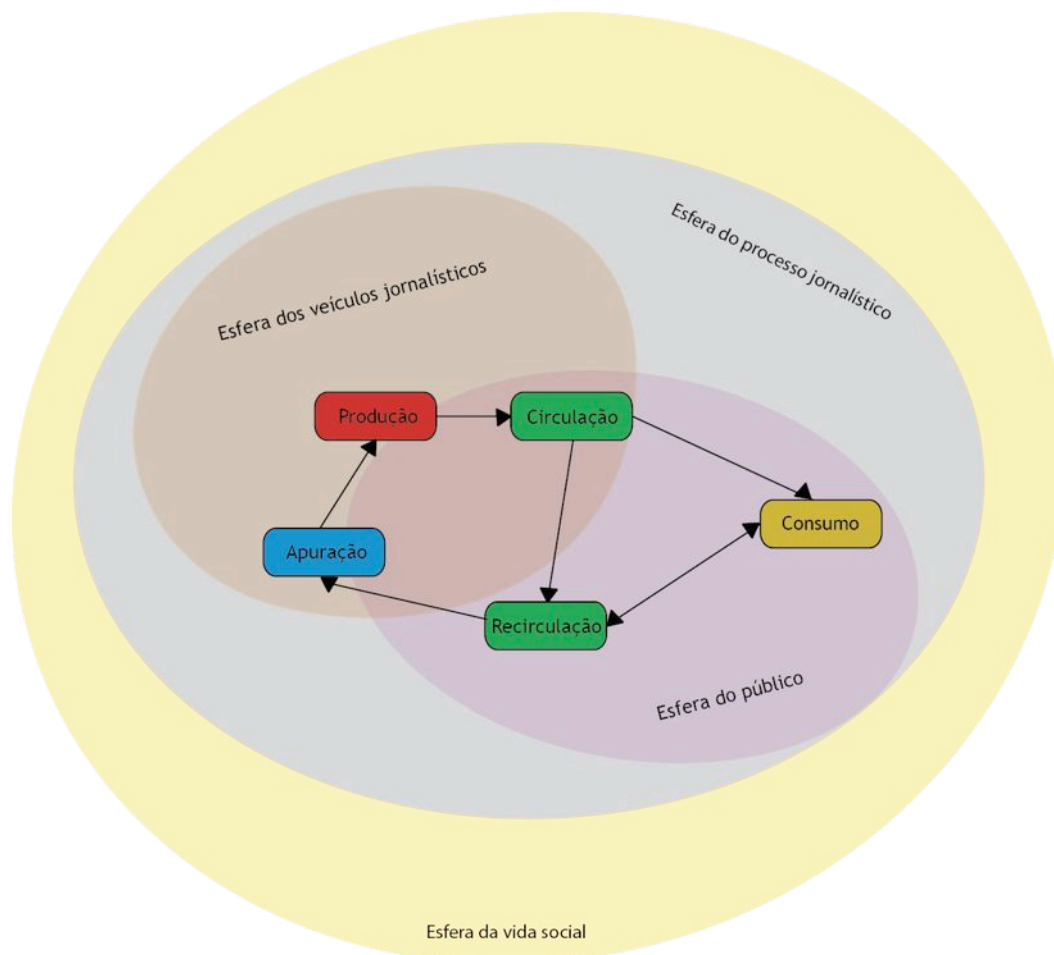


Figura 24. Processo jornalístico em relação com a vida social.

A recirculação é considerada parte integrante do processo jornalístico na medida em que não só produz reflexos e influencia o jornalismo (por exemplo, um jornal pode se basear nos assuntos que mais repercutem em sites de rede social ao longo do dia para decidir quais temáticas abordar em sua edição impressa), como também decorre de um borramento das fronteiras entre produção, circulação e consumo (Bruns, 2008; Hermida, 2011). Historicamente, o consumo estava situado fora do jornalismo – como exemplo, os trabalhos de Schwingel (2012) e Alsina (2009) não consideram o consumo como uma das etapas do processo jornalístico; para os autores, o processo jornalístico compreenderia apuração, produção e circulação de conteúdos. Com a recirculação, o consumo se torna ainda mais

importante para o processo jornalístico, na medida em que traz desdobramentos ao acontecimento, como ao poder resultar numa recirculação jornalística.

A seguir procura-se distinguir a recirculação jornalística de outros conceitos próximos e similares, como uma forma de apontar semelhanças e diferenças. A recirculação é contraposta e aproximada a conceitos como mídia espalhável (Jenkins, Ford & Green, 2013), sistema de resposta social à mídia (Braga, 2010), distribuição e interpretação (Hermida, 2011), audiência ativa (Domingo et al., 2007), conteúdo gerado pelo usuário (Va Dijck, 2009), gatekeeping secundário (Singer, 2014; Vu, 2014), gatewatching (Bruns, 2005), curadoria (Rosenbaum, 2011; Saad Corrêa & Bertocchi, 2012) e usuário-mídia (Terra, 2010, 2013).

3.2.1 Recirculação e mídia espalhável

Na visão de Jenkins, Ford & Green (2013), o cenário midiático atual é visto como espalhável, em oposição ao modelo tradicional de broadcasting que predominava anteriormente, na medida em que os produtores não mais detêm o poder exclusivo de espalhar determinados conteúdos. Nesse sentido, usuários contribuiriam para o espalhamento de informações, como ao disponibilizar no YouTube o trecho de um vídeo anteriormente exibido na televisão aberta.

Embora o foco do estudo dos autores não tenha sido o jornalismo, o conceito se aproxima da ideia de recirculação na medida em que na recirculação também se considera que o jornal não se constituiria mais o detentor exclusivo da capacidade de fazer circular um conteúdo. De fato, os usuários podem até mesmo contribuir para uma maior ou menor visibilidade das notícias ao fazê-las (re)circular em espaços como Twitter e Facebook (Zago & Bastos, 2013). Assim, os conceitos de recirculação jornalística e mídia espalhável estariam bastante próximos, ainda que o segundo seja mais amplo que o primeiro, na medida em que um conteúdo pode se espalhar de outras formas que não pela recirculação.

3.2.2 Recirculação e sistema de resposta social à mídia

Para além da produção e da recepção, Braga (2010) sugere um terceiro subsistema de comunicação midiática: o sistema de resposta social à mídia. Para o autor, esse sistema se diferenciaria da circulação na medida em que considera não só o que é “posto em circulação” mas também efetivamente aqueles sentidos que são apropriados na sociedade de forma crítica.

Em trabalhos anteriores (Zago, 2011a, 2012a), identificou-se que a crítica ao acontecimento representa parte considerável das contribuições dos interagentes ao recircular

acontecimentos no Twitter. Mas essas contribuições vão além e incluem também reproduções, remixes e mensagens de humor, dentre outras possibilidades.

Assim, a recirculação se distinguiria do sistema de resposta social à mídia (Braga, 2010) na medida em que inclui outras práticas para além da crítica à mídia. Mas teria pontos de contato na medida em que também representa uma forma intermediária entre produção e consumo de produtos midiáticos – no caso, o jornal, em seus diferentes suportes midiáticos, em especial no ambiente digital (jornal online, tablet, celulares, etc.).

Em termos práticos, no contexto específico que o presente trabalho pretende abordar (jornalismo), o sistema de resposta social à mídia seria um dos elementos constituintes da recirculação jornalística. Mas, além da crítica ao jornalismo, os conteúdos jornalísticos são também meramente “postos em circulação” pelos interagentes ou ainda apropriados em outros sentidos possíveis, como no caso do remix e do humor.

3.2.3 Recirculação e distribuição e interpretação

Ao identificar as possibilidades de participação do público no processo jornalístico, Hermida (2011) opta por dividir o processo em cinco etapas: acesso/observação, seleção/filtro, processo/edição, distribuição e interpretação. Na prática, o que o autor faz é separar filtro e comentário de notícias, na medida em que considera como distribuição a atividade, típica dos jornais, de pôr em circulação seus conteúdos, e como interpretação a atividade, feita por usuários e por jornalistas, de comentar e criticar os conteúdos midiáticos. A etapa de interpretação abarcaria, assim, tanto blogs jornalísticos mantidos por jornalistas como espaços para discussão de notícias como também os comentários dos leitores no jornal e em sites de rede social. Já a distribuição, embora focada nas práticas dos jornais de distribuir seus conteúdos nos canais tradicionais e em canais acessórios (como nas manchetes e links em sites de rede social), também englobaria atividades de postagem de links por usuários.

Em comparação com esses conceitos, a etapa de recirculação, conforme aqui definida, consideraria apenas as atividades desempenhadas pelos interagentes, abarcando tanto atividades do público que contribuiriam para a distribuição de notícias (filtro) quanto atividades do público que lançariam olhares críticos sobre o conteúdo produzido pela mídia (comentário).

3.2.4 Recirculação e audiência ativa

Ao lado de produção integrada, profissionais com múltiplas competências e distribuição multiplataforma, a audiência ativa aparece como uma das dimensões da

convergência jornalística no estudo de Domingo et al (2007). Essa dimensão está relacionada a mudanças nos hábitos e atitudes das audiências (Livingstone, 1999), em especial em termos de fragmentação, especialização e participação ativa. De modo a aproveitar esse potencial participativo advindo com a internet, “a mídia profissional começou a explorar as possibilidades de envolver as audiências não apenas nos comentários às notícias como também na produção de notícias” (Domingo et al., 2007, p. 13, tradução nossa)⁸¹. Embora o estudo de 2007 identifique poucas aberturas à participação nos sites dos jornais estudados, essa é uma dimensão que vem crescendo nos últimos anos, com a abertura e a ampliação de canais para que essa participação ocorra. Embora a participação possa ser mais visível no site do jornal, ela também pode ocorrer nos perfis dos veículos nas redes sociais ou no próprio perfil dos usuários, que produzem e distribuem conteúdos jornalísticos para seus contatos.

A dimensão da audiência ativa está bastante associada à recirculação, na medida em que a participação da audiência está no cerne do que se entende por recirculação jornalística.

3.2.5 Recirculação e conteúdo gerado pelo usuário

A expressão conteúdo gerado pelo usuário (*user generated content*, ou *UGC*) é comumente empregada na comunicação e no marketing para se referir ao conteúdo que é produzido por usuários amadores, em contraposição ao conteúdo produzido pelos produtores profissionais. A expressão apresenta variações, como conteúdo criado pelo usuário (OECD, 2007) ou conteúdo gerado pelo consumidor (Montardo, 2010), mas a ideia básica envolve a produção de conteúdo por alguém externo à organização principal que produz conteúdo em uma determinada área. Essa produção de conteúdo pelo usuário pode ser espontânea (o próprio usuário decide produzir e disponibilizar um conteúdo) ou provocada (quando uma empresa midiática solicita a participação dos usuários).

De certa forma, o conteúdo gerado na recirculação pode ser considerado uma forma de conteúdo gerado pelo usuário. Porém, na maior parte das vezes, esse conteúdo é produzido de forma espontânea – ou seja, é o próprio usuário que decide tuitar ou compartilhar uma notícia no Facebook ou no Twitter ou comentar uma notícia numa rede social.

3.2.6 Recirculação e gatekeeping secundário

O gatekeeping, ou a ação de selecionar, dentre o que acontece no mundo, quais acontecimentos serão transformados em notícia, é considerada como uma das atividades

⁸¹ Tradução de: “professional media have started to explore the possibilities of engaging their audiences not only in news commentary but also in news production somehow” (p. 13).

primordiais do jornalismo (Shoemaker & Vos, 2011). Embora essa prática ainda continue como sendo uma das poucas ainda restritas aos jornalistas (Hermida, 2011), os usuários cada vez mais passam a poder contribuir com formas alternativas e complementares de seleção de conteúdo. Para Singer (2014), enquanto receptores ativos de notícias, os usuários se baseiam naquilo que os jornais selecionaram (gatekeeping primário) para a partir disso conferir visibilidade e valor ao que mais lhes interessa (gatekeeping secundário).

Nesse sentido, os usuários se tornaram gatekeepers secundários dos conteúdos publicados por sites jornalísticos. “Esse papel expandido do usuário, facilitado pela tecnologia e possibilitado por editores de notícias digitais, inclui avaliação de contribuições de outros usuários; comunicação do valor percebido ou da qualidade do usuário – e do conteúdo produzido pelo jornalista; e uma redistribuição seletiva desse conteúdo” (Singer, 2014, p. 55, tradução nossa)⁸².

Assim, no contexto da cultura da participação, os usuários podem não só participar pontualmente na apuração e na produção em espaços demarcados pelos jornais, como também participam ativamente da circulação de informações nas redes sociais, contribuindo para determinar a visibilidade das notícias (Singer, 2014; Zago & Bastos, 2013). Ainda que não haja estudos sobre o impacto dessa recirculação nas práticas editoriais dos jornais, sabe-se que os índices de leitura e comentário de notícias no próprio jornal são levados em consideração nas escolhas de jornalistas do que noticiar (Aguiar & Barsotti, 2012; Vu, 2014).

O gatekeeping secundário possui relação com a recirculação jornalística especialmente no tocante à possibilidade de, ao retuitar ou compartilhar um conteúdo, poder conferir visibilidade à sua própria rede de contatos a um determinado conteúdo jornalístico que possa ser de interesse para os usuários.

3.2.7 Recirculação e gatewatching

Enquanto a lógica do gatekeeping está mais associada aos meios jornalísticos tradicionais, em que há uma clara limitação de tempo e espaço para veiculação de conteúdos na qual selecionar algo se torna uma atividade primordial, na internet os problemas de tempo e espaço são minimizados na medida em que as notícias em princípio podem ser dadas a qualquer momento (tempo) e em tese não há limitações em termos de quantidade de notícias que podem compor uma mesma edição (espaço). Com isso, para Bruns (2005), o papel do

⁸² Tradução de: “This expanded user role, facilitated by technology and enabled by digital news editors, includes assessment of contributions of other users; communication of perceived value or quality of user – and journalist-produced content; and selective re-dissemination of that content” (p.55).

jornalista passa a ser mais um de “vigiar” (“*watch*”) os portões do que necessariamente deixar entrar ou sair (“*keep*”). Nesse contexto, o autor propõe o termo *gatewatcher* para o cidadão ou profissional que avalia a importância das informações, filtrando-as, ao invés de descartá-las. *Gatewatching* seria, assim, “a observação dos portões de saída das publicações jornalísticas e outras fontes, de modo a identificar materiais importantes assim que eles se tornam disponíveis”⁸³ (Bruns, 2005, p. 17, tradução nossa). O *gatewatching* se exerce em duas fases: em um primeiro momento, há a fase de entrada (coleta), e, logo após, a saída (publicação)⁸⁴.

Um jornalista *gatewatcher* combinaria em si os papéis de repórter e bibliotecário, pois a ele caberia tanto produzir a informação quanto catalogá-la (Bruns, 2005). “Do porteiro, passa-se ao vigia” (Primo & Träsel, 2006, p. 6). A lógica do jornalismo tradicional se baseia na ideia de se filtrar primeiro, para só depois publicar. Já o jornalismo participativo inverte esse processo: primeiro publica-se, e, depois, filtra-se a informação (Bowman & Willis, 2003).

Considerando-se a relação da recirculação com o *gatewatching*, para o jornalismo tradicional, vigiar os conteúdos postos em recirculação nos sites de rede social passa a ser uma tarefa a mais para os jornalistas. O resultado dessa observação pode inclusive dar origem a novas pautas e notícias, como no caso das inúmeras notícias que atestam a repercussão nas redes sociais de determinados acontecimentos (Zago, 2011b).

3.2.8 Recirculação e curadoria

Um conceito bastante relacionado ao *gatewatching* é o de curadoria de informações. Assim como nas Artes o curador de uma exposição é o profissional responsável por selecionar as obras que irão compô-la, na internet a expressão curadoria tem sido empregada para a atividade de selecionar conteúdos relacionados a um determinado tema (Rosenbaum, 2011). Tanto jornais quanto usuários podem atuar como curadores de conteúdos para suas audiências. Um usuário exerce o papel de curador ao escolher que links compartilhar em seu perfil no Twitter, por exemplo, e esse conteúdo por ele curado pode ser acessado por seus seguidores na ferramenta. Essa curadoria também pode ser exercida por algoritmos que auxiliam na escolha de notícias, com base nas preferências do usuário (Saad Corrêa & Bertocchi, 2012), como no caso do Google News ou do Flipboard. O Flipboard é

⁸³ Tradução de: “the observation of the output gates of news publications and other sources, in order to identify important material as it becomes available” (p. 17).

⁸⁴ No inglês, *input* e *output*.

particularmente interessante porque seu algoritmo baseia parte dessa seleção nas notícias postadas pelos contatos do usuário nos sites de rede social (Primo, 2011).

O papel do usuário comum como curador está bastante associado à atividade de filtro de notícias pelos interagentes, uma das atividades associadas à recirculação jornalística.

3.2.9 Recirculação e usuário-mídia

No contexto da comunicação organizacional, Terra (2010, 2013) identifica a figura do usuário-mídia. Para a autora, “Cada um de nós pode ser um canal de mídia: um produtor, criador, compositor, montador, apresentador, remixador ou apenas um difusor dos seus próprios conteúdos” (Terra, 2013, p. 42). Esse papel se torna importante na medida em que “As organizações perdem, portanto, a primazia do controle da informação, passando a dividi-lo com internautas e outros entes” (Terra, 2013, p. 50).

De certa forma, aquele que põe em recirculação um determinado conteúdo atua como um usuário-mídia em relação aos jornais que noticiaram o fato. O recirculador é também um usuário-mídia, que pode exercer diferentes graus de influência perante o jornal e perante seus seguidores.

3.3 Reflexos da recirculação no processo jornalístico

Embora a recirculação jornalística se dê primordialmente nos sites de rede social, seus reflexos podem ser percebidos no processo jornalístico como um todo. Uma das formas que a recirculação pode impactar o jornalismo é em termos de acesso a notícias. Ao filtrar uma notícia, o usuário provê acesso a seus contatos a uma determinada notícia. Esse link pode ser acessado, gerando visitas ao site do jornal. Dessa forma, os mecanismos de retroalimentação contribuem para o fortalecimento de estruturas referenciais do jornalismo (Schwingel & Correa, 2013).

Apesar do constante uso de meios acessórios como as mídias sociais, a principal métrica para medir a circulação no jornalismo online ainda é o número de visualizações de páginas (*pageviews*) no site do jornal (Abelson, 2013). “Enquanto Watt usou o poder de um cavalo como uma metáfora para a potência de sua máquina a vapor, as organizações midiáticas usam visualizações de página como uma aproximação de seu alcance geral” (Abelson, 2013, online, tradução nossa)⁸⁵.

⁸⁵ Tradução de: “While Watt used the power of a horse as the metaphor for the power of his steam engine, media organizations use pageviews as a proxy for their overall reach.” (Abelson, 2013)

Assim, os jornais lançam mão de estratégias diversas na busca por mais acessos ao seu site principal. Alguns jornais chegam inclusive a usar estratégias escusas para inflar a quantidade de acessos, como no caso de galerias e listas em que cada imagem ou item se encontra em uma página separada, ou o recarregamento automático da página inicial dos sites após transcorrido um determinado período de tempo. Uma das estratégias possíveis de ser empregada para atrair acessos é postar links para notícias em sites de rede social e disponibilizar botões para compartilhamento nas redes nas páginas de cada notícia. Ao postar links nas redes, os jornais atraem acesso de seus seguidores. Ao disponibilizar o botão de compartilhamento, os jornais apostam na recirculação para angariar mais acessos.

Em sentido semelhante, uma estratégia observada no jornal Zero Hora em suas postagens no Facebook (Sardá et al, 2014) foi um uso recorrente de listas, frases de efeito e humor, em uma linguagem típica do site BuzzFeed, como formas de atrair acessos aos conteúdos no site do jornal. Essa estratégia foi chamada de “buzzfeedização do jornalismo”.

Para Anderson, Bell e Shirky (2012) a web rompe com a integração horizontal de conteúdo do suporte físico. Ao invés de consumir um “pacote” completo fornecido por um veículo jornalístico único, os usuários fazem acessos pulverizados a diferentes veículos e sites informativos. “A preguiça agora favorece a separação: para muitos sites de notícia de interesse geral, a categoria mais comum de leitor é aquele que vê um único artigo em um mês” (Anderson, Bell e Shirky, 2012, p.8, tradução nossa)⁸⁶.

Em sentido semelhante, o relatório do Pew Research *State of News Media* (Mitchell & Page, 2014, p.5-6, tradução nossa) aponta que “em sites sociais e mesmo em muitos dos sites de notícias nativos digitais, as notícias estão misturadas com outros tipos de conteúdos – as pessoas esbarram nelas quando estão fazendo outras coisas”⁸⁷. Segundo os autores, isso possibilita que as notícias atinjam mais pessoas, mas também significa que a circulação está cada vez menos nas mãos dos veículos. Ainda, conforme o relatório, “Apenas cerca de um terço das pessoas que recebem notícias no Facebook seguem um veículo jornalístico ou jornalista. Ao invés disso, as notícias são compartilhadas por amigos em suas redes” (Mitchell & Page, 2014, p.6, tradução nossa)⁸⁸.

O estudo de Hong (2012) identificou que o uso de mídias sociais estaria positivamente associado a um aumento no número de acessos ao jornal online e também ao tamanho da rede

⁸⁶ Tradução de: “Laziness now favors unbundling: for many general interest news sites, the most common category of reader is one who views a single article in a month” (p.8)

⁸⁷ Tradução de: “On social sites and even many of the new digital-only sites, news is mixed in with all other kinds of content – people bump into it when they are doing other things” (p.5-6).

⁸⁸ Tradução de: “Only about a third of people who get news on Facebook follow a news organization or individual journalist. Instead, stories get shared from friends in their networks” (p.6).

(no caso, ao número de seguidores do jornal no Twitter e no Facebook). O estudo comparou mídias sociais, buscas e agregadores como fonte de tráfego para o site do jornal. Quanto mais *tweets* o jornal havia feito, maior o tráfego proveniente de mídias sociais.

Em fevereiro de 2012 (Figura 25), o jornal The Guardian reportou ter recebido mais acessos provenientes do Facebook do que do Google (Sonderman, 2012), até então a principal fonte de tráfego, não só do The Guardian como de grande parte dos sites jornalísticos e de toda web.

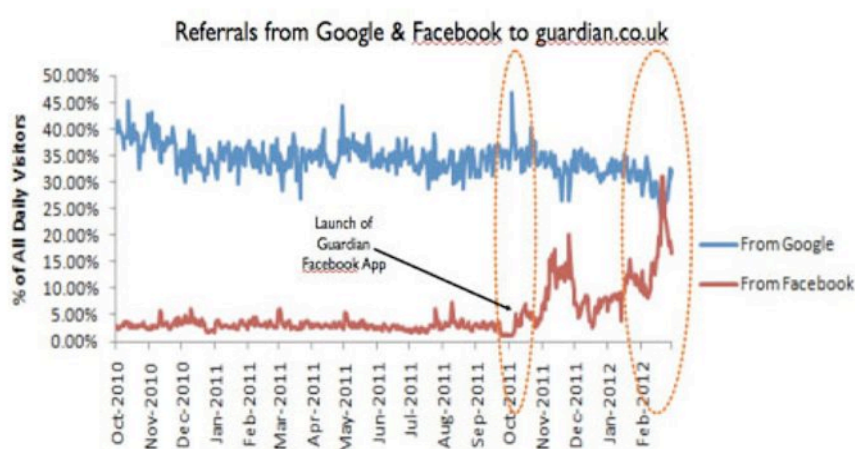


Figura 25. Acessos provenientes do Facebook e do Google no jornal The Guardian.

Fonte: <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/167477/guardian-facebook-app-causes-seismic-shift-in-social-traffic-and-the-onion-launches-its-own/> Acesso em 22 nov. 2013-11-22

Esse aumento no número de acessos se deu em grande parte devido ao lançamento de um aplicativo social do The Guardian, que levava as pessoas a postarem automaticamente no Facebook todas as notícias que liam no site do jornal The Guardian. Ainda que a possibilidade de postar automaticamente conteúdos tenha irritado alguns usuários (Kirkpatrick, 2011), os resultados em termos de acessos indicam que a medida foi efetiva, na medida em que outras pessoas passaram a acessar os links postados por aqueles que originalmente haviam lido o conteúdo. Uma outra consequência inesperada foi a revalorização de notícias históricas, uma vez que a leitura de uma notícia antiga poderia suscitar uma cascata de acessos de outros usuários, a ponto de fazer com que notícias mais antigas figurassem em rankings de notícias mais acessadas e mais lidas (Bradshaw, 2011).

Ainda que a quantidade de acessos ao site ainda seja a métrica mais utilizada, isso não significa que a recirculação de uma notícia nas redes sociais não seja levada em consideração. Um indício de que os jornais levam, sim, em consideração a recirculação pode ser visto na

página “Do leitor” de Zero Hora (Anexo A). A página, veiculada diariamente, apresenta as manifestações dos leitores sobre o conteúdo do jornal nos diversos canais oferecidos pelo veículo. Aos domingos, traz as notícias mais retuitadas no perfil do jornal no Twitter, e fotos postadas no Instagram por leitores a partir de hashtags sugeridas pela redação.

O mesmo jornal, em março de 2014, fez um campanha digital para assinalar a passagem de 1 milhão de curtidas no Facebook, fazendo uso da hashtag #somos1milhao para sinalizar que a página de Zero Hora no Facebook seria um espaço com 1 milhão de opiniões / usuários diferentes⁸⁹. A preocupação com o número de seguidores da página do jornal demonstra a importância que o veículo dá para sua presença em sites de rede social, e à recirculação de conteúdos.

Em um contexto de cultura da conectividade, em que estar conectado é mais importante do que o conteúdo das interações, uma grande quantidade de menções nas redes sociais a um determinado acontecimento não necessariamente é algo positivo. Como exemplo de uma recirculação negativa para o veículo, podemos citar a entrevista em vídeo com o “Rei do Camarote” feita pela Veja São Paulo⁹⁰, que circulou por inúmeras redes, ainda que muitas vezes na forma de crítica ao tema e ao entrevistado. Só o vídeo publicado pela revista em seu canal do YouTube teve mais de 6 milhões de visualizações⁹¹. Inicialmente, chegou-se a cogitar que o personagem era falso e teria sido criado pelo veículo para gerar repercussão na rede⁹². A Veja São Paulo precisou explicar e convencer seus leitores de que o personagem era verdadeiro⁹³.

Com base no exposto acima, o trabalho busca tentar compreender esse cenário contemporâneo de jornalismo em rede a partir do mapeamento da circulação de acontecimentos jornalísticos. Dando seguimento à abordagem dos temas essenciais para o trabalho, o capítulo a seguir busca definir e caracterizar o acontecimento e suas narrativas.

⁸⁹ Disponível em

<<https://www.facebook.com/zerohora/photos/a.284218549955.33211.46452974955/10150367202729956/?type=1&permPage=1>>. Acesso em 24 abr. 2014.

⁹⁰ Disponível em <<http://vejasp.abril.com.br/materia/reis-do-camarote>>. Acesso em 26 nov. 2013.

⁹¹ Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=atQvZ-nq0Go>>. Acesso em 26 nov. 2013.

⁹² “Após vídeo polêmico, internautas discutem se ‘rei do camarote’ é pegadinha”, *Folha de S.Paulo*, 05 nov. 2013. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/paineldoleitor/ultimasdasredessociais/2013/11/1367063-apos-video-polemico-internautas-discutem-se-rei-do-camarote-e-pegadinha.shtml>>. Acesso em 10 nov. 2014.

⁹³ “O rei do camarote: a dura vida após a fama”, *Veja São Paulo*, 05 nov. 2013. Disponível em <<http://vejasp.abril.com.br/materia/alexander-almeida-rei-camarote-balada-vida-apos-fama>>. Acesso em 10 nov. 2014.

4 ACONTECIMENTO

A matéria-prima básica para o jornalismo é o acontecimento. Dentre aquilo que acontece no mundo, os jornais escolhem, a partir de determinados critérios, o que e como noticiar. Esses acontecimentos vão ser experienciados de forma particular por cada indivíduo, que podem ou não buscar recircular narrativas sobre os mesmos em espaços como os sites de rede social. No jornalismo em rede, desdobramentos narrativos do acontecimento circulam e recirculam por diferentes canais e veículos. O próprio acontecimento se transforma, assim, em um acontecimento em rede.

Neste capítulo discute-se o acontecimento jornalístico e as formas de circulação de narrativas do acontecimento na rede.

4.1 Caracterização do acontecimento

Em termos gerais, um acontecimento pode ser entendido como algo que acontece no mundo que foge da normalidade e adquire visibilidade (Rodrigues, 1996). Para Babo-Lança (2005), há dois elementos que configuram algo como acontecimento: a ruptura nos quadros da normalidade social e o fato de ser inesperado. Nesse sentido, “o acontecimento é, pela sua própria natureza, aquilo que não é expectável e que nos apanha de surpresa” (Babo-Lança, 2012, p. 15). Assim, é acontecimento aquilo que é improvável e inesperado de acontecer. Fugir da normalidade não significa que para ser acontecimento é necessário que seja algo totalmente imprevisível. Sua notabilidade vai depender do contexto em que se insere o acontecimento, e do quanto aquilo é cotidiano e banal para o público que o está experienciando.

O acontecimento pode ainda servir de ponto de partida para o jornalismo. Nesse sentido, para Berger & Tavares (2009, p. 2), o acontecimento jornalístico “está na vida cotidiana, como objeto de referência, matéria-prima para os relatos do mundo da vida”. Os acontecimentos jornalísticos adquirem visibilidade através dos suportes midiáticos. Para Charaudeau (2006, p. 101 grifos do autor), o acontecimento na mídia “será selecionado e construído em função de seu potencial de 'atualidade', de 'socialidade' e de 'imprevisibilidade’”. Entretanto, a imprevisibilidade também não chega a ser um requisito imprescindível para o acontecimento jornalístico, na medida em que, “por exemplo, existem acontecimentos absolutamente previsíveis: a visita de uma autoridade, a entrega de um prêmio, os casamentos das personalidades, etc.” (Alsina, 2009, p. 139). Ainda que previsíveis, esses acontecimentos são alçados à categoria de acontecimentos jornalísticos. Seu grau de

imprevisibilidade está presente apenas com relação a um ou outro elemento do contexto em que ocorrem, como quem irá receber determinado prêmio anual, ou qual celebridade casou em uma determinada data.

Ainda que o jornal que noticia um determinado acontecimento atribua um significado, o sentido do acontecimento se dá na experiência, “na recepção deste por parte daquele a quem o que acontece acontece” (Babo-Lança, 2005, p. 85). Nesse sentido, para Quéré, “o acontecimento não só acontece, mas acontece a alguém” (Quéré, 2005, p. 67), vindo a afetar indivíduos diferentes de modos diferentes. Assim, acontecimentos são experienciados de diversas maneiras pelos indivíduos, conforme as circunstâncias de acesso aos mesmos – pode-se tê-los presenciado, ou ter ficado sabendo por intermédio de outras fontes (Quéré, 2005). Dependendo da maneira como é experienciado, o acontecimento produz diferentes efeitos de sentido sobre aqueles que afeta. A experiência do acontecimento é, portanto, um ato individual. Sua significação será construída por aquele que o experiencia. Nesse sentido, “É na e pela experiência que o público se constitui – e a experiência é conformadora daquilo e daqueles que dela participam” (França & Almeida, 2008, p. 8). O papel do público, assim, é o de conferir sentido ao acontecimento. Para Babo-Lança (2012, p. 16), é no “nível de uma recepção elaborante (na recepção, há uma interpretação e uma apropriação ativa) que a probabilidade ou improbabilidade do acontecimento se fará notar, por um valor de normalidade que lhe poderá ser atribuído”. Assim, ao experienciar o acontecimento, o público torna o acontecimento provável, na medida em que associa a seu contexto específico.

Para Quéré (2005), os acontecimentos se relacionam a campos problemáticos, que os originam ou que se constituem a partir deles: “Um problema é formado de uma multiplicidade de elementos constitutivos, dispostos numa relação de integração, ao mesmo tempo que se entrelaça com outros problemas conexos. Podemos falar, então, de um campo problemático” (Quéré, 2005, p. 72). Assim, um acontecimento não existe de forma isolada: ele se insere em um contexto e em uma historicidade.

Os acontecimentos podem ainda ser de diferentes tipos, conforme determinadas características próprias de cada ocorrência.

4.2 Tipos de acontecimentos

Os acontecimentos podem ser de diferentes tipos. Uma primeira distinção diz respeito aos acontecimentos gerais em oposição aos acontecimentos jornalísticos (Berger & Tavares, 2009) ou midiáticos (Charaudeau, 2006). Os acontecimentos gerais se referem a coisas que acontecem no mundo (por exemplo, o nascimento de um filho, uma aprovação no vestibular)

ao passo que os acontecimentos jornalísticos se referem àqueles que recebem atenção midiática e são objeto do jornalismo (por exemplo, o aumento no valor do salário mínimo, uma catástrofe, ou o início de uma guerra civil).

Há uma escala de probabilidades de ocorrência de um acontecimento. Para Rodrigues (1996), um acontecimento é tanto mais imprevisível quanto menos provável for a sua realização. Assim, dentro do espectro geral dos acontecimentos, existem aqueles que são previstos e os que são imprevisíveis (Berger & Tavares, 2010). Os acontecimentos previstos são aqueles que se espera que aconteça (por exemplo, um casamento marcado), ao passo que os imprevisíveis são aqueles que acontecem mesmo sem estarem previstos (como no caso de acidentes).

Existem diferentes graus de previsibilidade de um acontecimento. Os acontecimentos, nesse sentido, podem ser imprevisíveis, programados, projetados, previsíveis ou encenados (Berger & Tavares, 2009). Os acontecimentos imprevisíveis são aqueles que não se espera que aconteça, como uma grande tragédia. Os acontecimentos programados são aqueles com data para acontecerem, como Páscoa ou Natal. Os acontecimentos projetados são aqueles que são agendados para ocorrer em uma data específica, como um congresso. Os acontecimentos previsíveis são aqueles que se espera que aconteça com uma certa regularidade, ainda que não se saiba ao certo como irá se consolidar, como no caso de notícias sobre a violência no trânsito durante feriados. Por fim, os acontecimentos encenados são aqueles criados especificamente para se tornarem acontecimentos midiáticos, como no caso do casamento real em 2011.

Uma outra distinção possível é conforme o meio principal que origina ou faz circular um acontecimento. Conforme Nora (1974, p. 246), “Para que haja acontecimento, é preciso que ele seja conhecido”. Os meios de comunicação são, nesse sentido, a principal via para tornar conhecido um acontecimento. Para o autor, determinados acontecimentos possuem afinidades com tipos específicos de meios de comunicação, e se tornam conhecidos através deles. Assim como o casamento da princesa Diana foi um acontecimento televisivo⁹⁴, o autor aponta as conversas democráticas de Roosevelt como um acontecimento radiofônico⁹⁵ e o

⁹⁴ Acompanhado por mais 750 milhões de telespectadores, o casamento da princesa Daiana com o príncipe Charles em 29 de julho de 1981 foi um evento televisivo de proporções globais. Mais informações em http://pt.wikipedia.org/wiki/Casamento_de_Carlos,_Pr%C3%ADncipe_de_Gales,_e_Lady_Diana_Spencer

⁹⁵ Entre 1933 e 1944, o então presidente dos Estados Unidos Franklin D. Roosevelt dirigiu-se à nação em uma série de 30 conversas no rádio. Essas conversas ficaram conhecidas como conversas democráticas na medida em que possibilitou uma comunicação direta entre o presidente e o público. Mais informações em http://en.wikipedia.org/wiki/Fireside_chats

caso Dreyfus como um acontecimento típico da imprensa escrita⁹⁶. Nesse sentido, para Henn (2013), também seria possível identificar acontecimentos que, por conta de sua origem ou forma predominante de circulação, teriam uma afinidade com o ambiente digital. O autor chama esses acontecimentos de ciberacontecimentos. Um dos exemplos citados refere-se ao caso Amanda Todd⁹⁷.

Para Babo-Lança (2012) haveria ainda os “acontecimentos réplica” ou acontecimentos reproduzidos, os quais seriam aqueles “que sofrem um efeito de repetição que atenua o caráter único da ocorrência” (Babo-Lança, 2012, p. 20). Embora a autora não esteja se referindo necessariamente ao contexto digital, os acontecimento réplica podem ser observados em espaços como os sites de rede social, em que o compartilhamento permite que o acontecimento circule em múltiplas reproduções, como no caso dos memes.

4.3 Acontecimento em rede

Um acontecimento pode ser experienciado de forma mediada – através da mídia de referência, ou de interações mediadas por computador, como no caso daquelas que tomam lugar em sites de rede social, através das trocas interpessoais entre os interagentes. Independente do meio utilizado, para que chegue até os indivíduos, o acontecimento dependerá de estratégias que façam circular a informação. No âmbito do jornalismo, a transformação de um acontecimento em notícia passa por critérios e procedimentos específicos à prática jornalística. Nesse sentido, para Alsina (2009, p. 113), “a construção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento”. Um acontecimento é transformado em notícia através das etapas do processo jornalístico.

Neste trabalho, o acontecimento será estudado a partir das narrativas em torno do mesmo. Cada *tweet* analisado é considerado uma narrativa sobre o acontecimento, na medida em que pode servir de porta de entrada para tomar conhecimento do fato. Nesse sentido, o conjunto de narrativas em torno de um determinado acontecimento em sites de rede social constitui o acontecimento em rede.

⁹⁶ O caso Dreyfus foi um escândalo político que dividiu a França entre 1894 e 1906. O capitão de origem judaica Alfred Dreyfus foi condenado injustamente por um crime que não cometeu, e documentos falsos foram usados para manter a condenação mesmo à luz de evidências indicando o contrário. O caso foi amplamente discutido nos jornais da época. Dentre os defensores da inocência de Dreyfus, estava o escritor Émile Zola. Mais informações em http://pt.wikipedia.org/wiki/Caso_Dreyfus

⁹⁷ Dias após publicar na rede um vídeo no YouTube que expunha, através de cartões, sua história como vítima de cyberbullying, a adolescente se suicidou. Após sua morte, o vídeo transformou-se em viral, alcançando mais de 1 milhão de visualizações e tendo sido divulgado em jornais do mundo todo. Mais informações em http://pt.wikipedia.org/wiki/Suic%C3%ADdio_de_Amanda_Todd

A partir de Bal (2001), Motta (2004, p.3) define texto narrativo como “uma história que se conta através da linguagem”. Apesar de considerar sua própria definição bastante simplista, Genette (2011, p. 265) define a narrativa como “a representação de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos, reais ou fictícios, por meio da linguagem e, mais particularmente, da linguagem escrita”.

No contexto do jornalismo, o termo é empregado para se referir aos diferentes textos postos em circulação. Entretanto, “Salvo exceções, o jornalista não pretende contar histórias, quer apenas descrever fatos tal como ocorridos na realidade. Neste sentido, afasta-se da narrativa tradicional” (Motta, 2004, p.4). O jornalismo, assim, seria um tipo peculiar de narrativa, que combina narração com descrição. O público, por sua vez, pode empregar elementos das narrativas para contar e recontar histórias acerca de acontecimentos jornalísticos.

Um dos elementos que contribuem para a complexidade da narrativa é seu aspecto temporal. Há o tempo da coisa contada (o acontecimento), o tempo da narrativa e o tempo do consumo (Genette, 2011). Ainda que no Twitter possa haver uma quase coincidência temporal (como ao relatar em tempo real um evento que se está presenciando e essa mensagem ser lida por outros usuários assim que é postada), muitas vezes o tempo do consumo difere do tempo da narrativa, que, por sua vez, não é o mesmo do acontecimento.

Neste trabalho, faz-se uma apropriação do termo narrativa para se referir aos enunciados proferidos pelos usuários no Twitter acerca dos acontecimentos. Interessa para o presente trabalho as narrativas que envolvem a representação de acontecimentos reais, mais especificamente a partir das mensagens postadas no Twitter em torno de um determinado acontecimento jornalístico. Cada post pode ser lido isoladamente e conta uma história por si só. Nesse sentido, considera-se como parte da narrativa de uma postagem tanto o conteúdo do *tweet*, seja ele composto de texto, imagem ou vídeo, bem como os links que remetem a outros espaços da web e a outras narrativas sobre os acontecimentos.

As narrativas de um acontecimento podem circular e recircular em espaços públicos mediados como os sites de rede social. Essa circulação pode ser tanto suscitada pelo próprio jornal, que, como parte de suas estratégias de comunicação, utiliza perfis em sites de rede social para divulgar notícias (Belochio, 2012; Zago & Belochio, 2014), como também pelos interagentes, que contribuem para circular e recircular notícias. A recirculação estaria, assim, vinculada à produção de narrativas que se conectam, que, no conjunto, contribuem para a construção e a compreensão do acontecimento. Ao abordar os modos de compartilhamento de narrações sobre acontecimentos na internet, Malini (2011) identifica dois modos de cobertura

colaborativa: a emergente e a programada. A cobertura colaborativa emergente está associada a assuntos que ainda não receberam atenção da mídia tradicional. Já a cobertura coletiva programada envolve acontecimentos que já estão sendo noticiados, mas que são comentados pelo público nas redes.

A rede também pode produzir acontecimentos. Há casos em que a própria proporção da circulação de narrativas sobre um acontecimento nas redes se transforma em um novo acontecimento – um ciberacontecimento (Henn, 2013). Transformado em notícia, um ciberacontecimento terá uma plataforma digital como seu nó central, de onde partem outros nós periféricos. Os nós periféricos, em conjunto, podem exercer um papel fundamental no espalhamento de informações.

A expressão acontecimento em rede é usada neste trabalho para se referir ao acontecimento situado no jornalismo em rede. Assim, independente de ser um ciberacontecimento ou um acontecimento midiático tradicional, um acontecimento em rede será assim caracterizado pelo fato de se situar em um contexto de jornalismo em rede. Essa relação pode tanto se dar entre canais (um acontecimento que é notícia na televisão e no jornal impresso, por exemplo) quanto entre veículos (um acontecimento que é notícia no jornal A e no jornal B) ou entre interagentes e veículos (um acontecimento que aparece tanto em uma postagem de um jornal quanto em um compartilhamento de um interagente). Neste trabalho, interessa particularmente a circulação de narrativas sobre o acontecimento jornalístico nos sites de rede social, ainda que a circulação em outros espaços também possa ser relevante para compreender o contexto mais amplo no qual os acontecimentos se inserem.

Como exemplo ilustrativo de um acontecimento em rede, podemos citar o prefeito eleito da cidade de Pelotas nas eleições de 2012⁹⁸. Ainda que seja impossível isolar um acontecimento (ele acontece em relação a outros acontecimentos que o antecedem e sucedem), procurou-se fazer um recorte de desdobramentos relacionados à construção do “prefeito eleito” como acontecimento desprendido do acontecimento principal (eleições municipais de 2012 no Brasil). O resultado do mapeamento desse acontecimento pode ser visto na Figura 26.

⁹⁸ O caso foi originalmente analisado no trabalho final da disciplina de “Redes Sociais e Acontecimento”, ministrada pelo professor Ronaldo Henn no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos em 2012/2.



Figura 26. Tentativa de representação esquemática da rede do acontecimento “o prefeito eleito de Pelotas”.

No caso retratado (Figura 26), os nós são os conteúdos postos em circulação e as linhas representam as relações entre os nós. Assim, no dia 28 de outubro de 2012, Eduardo Leite foi eleito prefeito da cidade de Pelotas⁹⁹. No mesmo dia, a candidata derrotada à prefeitura de Porto Alegre Manuela D’Ávila fez um *tweet* dizendo que estava esperando o prefeito ser chamado de muso. No dia 30 de outubro de 2012, a partir de uma imagem sem camisa do prefeito eleito resgatada de sua página no Facebook, o blog Papel Pop e o portal de notícias G1 fizeram matérias explorando a beleza de Eduardo Leite. No Papel Pop, a sexualidade do prefeito eleito é questionada¹⁰⁰. No G1, ele é referido pela primeira vez como “muso”, tal qual sugerido por Manuela¹⁰¹. No dia 01 de novembro de 2012, o site satírico O Bairrista fez uma brincadeira¹⁰² dizendo que Fabrício Carpinejar teria transferido seu título de eleitor para Pelotas, fazendo alusão à sexualidade de ambos. Em resposta, no mesmo dia, Fabrício Carpinejar postou em seu perfil uma imagem sem camisa com chimarrão, plagiando a foto de Eduardo Leite, e manifestando-se contrário à homofobia. A imagem do prefeito sem

⁹⁹ <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/politica/eleicoes-2012/noticia/2012/10/conheca-eduardo-leite-o-prefeito-eleito-de-pelotas-3932844.html>

¹⁰⁰ <http://papelpop.com/2012/10/o-prefeito-mais-gato-do-brasil-confira-10-fotos-de-eduardo-leite-psdb-de-pelotas/>

¹⁰¹ <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2012/10/prefeito-eleito-de-pelotas-comenta-fotos-que-circulam-na-internet.html>

¹⁰² <http://obairrista.com/politica/2012/11/fabricio-carpinejar-transfere-o-titulo-de-eleitor-para-pelotas/>

camisa apareceu ainda na capa do jornal O Sul, em 07 de novembro de 2012, e na coluna “Gente” da Revista Veja. Em 12 de novembro de 2012, o prefeito eleito participou como convidado do programa do site O Bairrista na Rádio Gaúcha. Na ocasião, recebeu uma camiseta de presente, fazendo alusão a sua foto sem camisa que havia circulado originalmente no Facebook¹⁰³.

O caso retratado demonstra a complexa teia de um acontecimento em rede. Devido à complexidade do mesmo, é necessário fazer um recorte para que ele seja analisado. Esse recorte irá determinar os limites de análise.

O acontecimento em rede é tomado como o universo de recorte de circulação no jornalismo em rede. Cada unidade textual posta em circulação pode ser percebida como um nó da rede de circulação de narrativas do acontecimento.

Neste trabalho, considera-se que o que pode circular nas redes são narrativas sobre o acontecimento, e não necessariamente a notícia. Ainda que o acontecimento possa circular na forma de produto jornalístico acabado – como no caso da notícia – essa circulação em sites de rede social se dá em formatos diversos, como alerta, atualização, contextualização, dentre outros (Sousa, 2013) conforme as limitações de cada ferramenta. Assim, considerou-se pertinente tomar as narrativas sobre o acontecimento como unidades mínimas da circulação. Se um conteúdo posto em circulação contribui, de alguma forma, para dar visibilidade ao acontecimento jornalístico a que se refere, esse conteúdo faz parte do acontecimento em rede.

Isso inclui também, por exemplo, atividades como a reprodução de links para notícias. Curtir ou compartilhar uma notícia pode contribuir para sua recirculação. Em Zago e Bastos (2013) identificou-se que as atualizações mais repercutidas no Twitter e no Facebook diferem em termos de formato e em termos de conteúdo. Ao analisar as atualizações mais repercutidas em 40 jornais no Twitter e no Facebook no mês de outubro de 2012, observou-se que enquanto no Twitter as postagens continham texto e link apontando para um conteúdo textual, no Facebook as postagens costumavam conter imagens e links apontando para outros conteúdos para além de apenas texto. Quanto ao conteúdo, observou-se que os assuntos mais repercutidos no Twitter (maior número de retweets) tratavam de temas duros (*hard news*), como últimas notícias de política, economia ou mundo, ao passo que os assuntos mais repercutidos no Facebook (maior número de curtidas) abordavam temas leves (*soft news*), como entretenimento e cotidiano. Essas diferenças trazem indícios de que os acontecimentos

¹⁰³ https://twitter.com/O_Bairrista/status/268113415099281408

que mais aparecem num e noutra espaço diferem tanto em termos de conteúdo quanto em termos de formato.

Ainda que, como foi visto no Quadro 2, os interagentes possam participar de diferentes etapas do processo jornalístico, este trabalho tem como foco a circulação e a recirculação jornalística. Nesse sentido, o critério para ser incluído na “rede” da circulação jornalística seria fazer circular uma narrativa sobre um acontecimento, enquanto meio ou indivíduo. Essa visão do jornalismo em rede está alinhada com a ideia de um jornalismo que não mais pode ser atrelado a uma interface única. Se no passado o conteúdo jornalístico estava associado a determinados veículos específicos (impresso, televisão, rádio), atualmente o jornalismo pode ser considerado como algo que se espalha por diferentes meios e canais (Jenkins, Ford & Green, 2013). Da mesma forma, ainda que os jornais possuam sua presença na web concentrada em uma interface única (o site do jornal), seu conteúdo é pulverizado por outros espaços, na web e fora dela, como nos perfis dos próprios veículos em sites de rede social, ou ainda em postagens de usuários em sites de rede social com links ou referências aos conteúdos dos jornais.

No contexto do jornalismo em rede, os interagentes podem participar da etapa de circulação do processo jornalístico. Essa participação pode se dar na forma de filtro de notícias, comentário sobre notícias ou ainda avaliação de notícias. Essas modalidades de participação são incluídas como contribuições à circulação na medida em que podem prover acesso de outros interagentes a conteúdos. Isso se dá pelo caráter de espaço público mediado dos sites de rede social, nos quais as informações postadas se tornam públicas, persistentes, buscáveis, reproduzíveis e acessáveis por audiências invisíveis (boyd, 2007).

Jenkins, Ford & Green (2013, p. 251) usam o termo *crowdsurfing* para se referir a colaboração da audiência na circulação de conteúdos no contexto da distribuição audiovisual. A prática de *crowdsurfing*, ou seja, a participação da multidão (*crowd*) na distribuição, também pode ocorrer no jornalismo, na medida em que interagentes comentam, recomendam e compartilham links para notícias.

Em estudos anteriores (Zago, 2011a, 2012a, 2013a) sugeriu-se a ideia de que a participação do público na circulação jornalística resultaria numa dimensão própria da circulação, associada às produções de sentido do público. Assim, ao lado da dimensão da circulação, em que teríamos os sentidos atribuídos e postos em circulação pelas mídias tradicionais, teríamos a dimensão da recirculação, com os sentidos atribuídos e postos em circulação pelo público que consome as notícias. Em muitos casos, os sentidos atribuídos por um e outro coincidem – pode haver uma mera reprodução, pelo público, de uma notícia

divulgada inicialmente por um veículo jornalístico. Mas há vezes em que eles diferem, alterando o sentido do acontecimento.

Com base na perspectiva da semiótica, Henn (2009) diz que, a partir de um acontecimento, “surtem muitas camadas de afetação que vão desde a consternação pelo conhecimento de alguma situação trágica, por exemplo, até as opiniões construídas sobre determinado evento” (Henn, 2009, p. 13). Assim, os diferentes modos de afetação do acontecimento podem vir a constituir novas camadas do acontecimento, na medida em que podem suscitar apropriações e desdobramentos, que ampliam, expandem e complementam o sentido do acontecimento, tanto por parte dos interagentes como por parte dos veículos jornalísticos. Esses novos desdobramentos do acontecimento jornalístico podem se tornar visíveis em espaços como os sites de rede social. A participação dos interagentes em sites de rede social pode vir a constituir, assim, uma dimensão do acontecimento jornalístico.

De um lado, há a dimensão da circulação, através da qual notícias são postas em circulação pelos veículos (esfera dos veículos, conforme Figura 24); de outro, tem-se a dimensão da recirculação, que englobaria a participação dos interagentes nos sites de rede social e os desdobramentos e sentidos por eles conferidos ao acontecimento jornalístico (esfera do público).

Mesmo os acontecimentos mais singelos podem ter desdobramentos imprevisíveis a partir da participação dos interagentes nos sites de rede social. E esses novos desdobramentos podem se constituir em novos acontecimentos jornalísticos, vindo a constituir novas notícias. Os sentidos atribuídos pelos interagentes nos sites de rede social partem do jornalismo, embora não sejam, propriamente, práticas jornalísticas. Mesmo assim, podem ensejar o desenvolvimento de uma nova cadeia do processo jornalístico, que ateste a sua recirculação na forma de uma apropriação criativa do acontecimento.

Na internet, há diferentes canais de acesso a informações. Um desses canais são os sites de rede social. Ainda que os interagentes possam seguir uma combinação de pessoas e indivíduos em seus perfis, alguém pode ficar sabendo do acontecimento através de uma piada, ou de uma mensagem fora de contexto. E é por isso que o estudo da dimensão da recirculação do acontecimento se torna pertinente e relevante.

Como foi visto no capítulo anterior, a recirculação não é algo novo – os conteúdos midiáticos sempre foram comentados, discutidos e compartilhados. A novidade reside na possibilidade de essa recirculação ficar registrada e servir de suporte para acesso a grupos difusos de interagentes. Os sites de rede social permitem, assim, uma potencialização da prática de recirculação jornalística (Zago, 2011a).

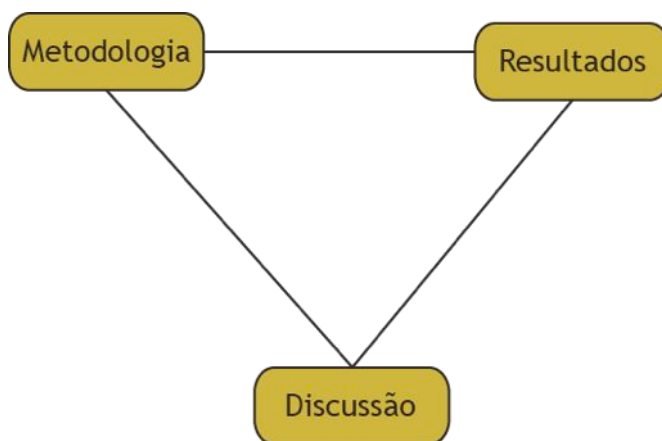
Ao recircular, o conteúdo também se transforma. De acordo com Jenkins, Ford & Green (2013, p. 27, tradução nossa),

À medida em que o material se espalha, ele se refaz: tanto literalmente, através das várias formas de amostragem e remixagem, quanto figurativamente, a partir de sua inserção em conversas em curso ou através de várias plataformas. Esse processo contínuo de reaproveitamento e recirculação está eliminando as divisões percebidas entre produção e consumo¹⁰⁴

O remix envolve uma nova produção mas é incluído na esfera da circulação porque põe em circulação novos sentidos, atrelados ao acontecimento. Do mesmo modo, a paródia/sátira a partir de ou ancorada em acontecimentos reais faz circular uma dimensão ressignificada do acontecimento jornalístico, razão pela qual também pode fazer parte do contexto mais amplo de recirculação jornalística.

Após revisar conceitos e teorias acerca de redes, circulação, recirculação e acontecimento, a segunda parte do trabalho busca combinar esses conceitos para o estudo de quatro conjuntos de narrativas no Twitter de acontecimentos relacionados à Copa do Mundo de 2014.

¹⁰⁴ Tradução de: "As material spreads, it gets remade: either literally, through various forms of sampling and remixing, or figuratively, via its insertion into ongoing conversations and across various platforms. This continuous process of repurposing and recirculating is eroding the perceived divides between production and consumption" (p. 27)

PARTE II – Rede empírica

5 METODOLOGIA

À luz do referencial teórico apresentado nas páginas anteriores, de modo a operacionalizar o estudo e buscando atingir os objetivos traçados para o mesmo, foi escolhida uma temática para a presente pesquisa: a Copa do Mundo de 2014. A partir dessa temática, procedeu-se a um recorte específico: narrativas no Twitter sobre acontecimentos jornalísticos tradicionais e ciberacontecimentos relacionados ao assunto.

Esses acontecimentos são estudados a partir das narrativas postas em circulação e recirculação em um site de rede social específico: o Twitter. Os dados foram coletados entre os dias 06 de junho e 13 de julho de 2014. A partir de um total de 272 conjuntos de dados¹⁰⁵ (Apêndice A), escolheram-se quatro para estudar mais a fundo no presente trabalho. Cada conjunto de dados se refere a uma das categorias identificadas para diferenciar os tipos de acontecimentos (um acontecimento tradicional esperado, um acontecimento tradicional inesperado, um ciberacontecimento com desdobramentos nas redes e um ciberacontecimento com origem nas redes).

Este capítulo apresenta a metodologia empregada no trabalho para seleção e análise das narrativas no Twitter, e está estruturado da seguinte forma: em um primeiro momento, apresenta-se a temática escolhida para o trabalho. A seguir, o foco recai sobre os procedimentos de pesquisa adotados. Na sequência, expõem-se informações sobre o recorte do presente estudo (acontecimentos selecionados, bem como considerações técnicas e éticas sobre o recorte), e, por fim, os procedimentos de análise empregados.

5.1 A Copa de 2014 no Brasil

Passados 64 anos da realização da primeira Copa do Mundo da FIFA no Brasil, o evento esportivo de grande magnitude voltou a ser realizado no Brasil em 2014. Segundo maior evento esportivo do mundo em termos de audiência¹⁰⁶ (atrás apenas das Olimpíadas de Verão), o evento tem a seleção brasileira como a maior de suas vencedoras, com um total de cinco vitórias. O futebol é paixão nacional no Brasil, sendo um dos esportes mais praticados pelo país¹⁰⁷.

¹⁰⁵ A expressão “conjunto de dados” é usada para se referir a cada um dos datasets coletados para a presente pesquisa. Cada “conjunto de dados” se refere a uma coleta de dados realizada através do software NodeXL.

¹⁰⁶ <http://esporte.hsw.uol.com.br/10-maiores-eventos-esportivos2.htm>

¹⁰⁷ “Brasil não é só futebol. Veja os dez esportes mais praticados no País”, *R7*, 16 mar. 2014. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/mais-esportes/fotos/brasil-nao-e-so-futebol-veja-os-dez-esportes-mais-praticados-no-pais-16032014#!/foto/1>>. Acesso em: 14 jun. 2014.

A realização da Copa do Mundo de futebol no Brasil suscitou a criação de especiais jornalísticos de natureza diversa, como na área de jornalismo de dados¹⁰⁸ ou infográficos interativos¹⁰⁹. Praticamente todos os jornais¹¹⁰ e portais online¹¹¹ criaram seções especiais para tratar da temática, e até mesmo perfis específicos¹¹² em sites de rede social ou hashtags próprias¹¹³ para a cobertura.

O grande acontecimento também mobilizou sites de rede social (como Twitter¹¹⁴ e Facebook¹¹⁵) e outras empresas digitais (como o Google¹¹⁶) na criação de especiais e de formatos específicos para compartilhar informações sobre o assunto. No Brasil, o site Apita Brasil, uma parceria entre a Bloom Digital Research, a Huia, e o Scup, procurava mostrar, em tempo real, os temas mais comentados pelos brasileiros em sites de rede social sobre o mundial¹¹⁷.

A repercussão da Copa de 2014 atingiu grandes proporções no Twitter e no Facebook. No Facebook, a repercussão atingida foi maior que a de outros eventos esportivos somados¹¹⁸. No Twitter, a partida entre Brasil e Alemanha, ocorrida em 08 de julho, tornou-se o evento esportivo mais tuitado da história¹¹⁹, com 35,6 milhões de *tweets*¹²⁰. Após o gol de Sami Khedira, o quinto gol da Alemanha aos 29 minutos do primeiro tempo, o pico chegou a 580.166 *tweets* por minuto. Esse índice de *tweets* supera outras marcas atingidas durante a própria Copa. A partida entre Brasil e Chile em 28 de junho, por exemplo, teve 16,4 milhões

¹⁰⁸ “Copa do Mundo no Twitter”, *Revista Veja*. Disponível em:

<<http://veja.abril.com.br/multimedia/infograficos/copa-do-mundo-no-twitter>>. Acesso em: 14 jun. 2014. O especial faz uma análise de sentimentos em tempo real para avaliar *tweets* sobre os jogadores do Brasil na Copa.

¹⁰⁹ Como neste infográfico do jornal Extra sobre as seleções participantes da Copa de 2014:

<http://extra.globo.com/esporte/copa-2014/infografico/>

¹¹⁰ Como no caso do jornal Zero Hora: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/copa-2014/>

¹¹¹ Como no caso do UOL: <http://copadomundo.uol.com.br>

¹¹² Como no caso do perfil da revista Época no Twitter: <https://twitter.com/epocadecopa>

¹¹³ Como no caso do jornal Estado de S.Paulo, que utilizou a hashtag #EstadaonaCopa para a cobertura.

¹¹⁴ Além de criar uma página especial para acompanhar *tweets* com a hashtag #WorldCup

(<https://twitter.com/hashtag/WorldCup>), o Twitter também incluiu bandeiras dos países ao lado das hashtags dos países participantes da Copa, como #BRA, #USA, etc., em todos os *tweets* postados por usuários durante o período da Copa.

¹¹⁵ O Facebook criou uma *timeline* específica para reunir postagens e informações sobre a Copa do Mundo (<https://www.facebook.com/worldcup>) e também um mapa para visualizar onde estão localizados os fãs dos principais jogadores da Copa (<https://www.facebook.com/worldcup/map/>).

¹¹⁶ Como no especial do Google Trends sobre as tendências de buscas durante os jogos da Copa:

<http://www.google.com/trends/worldcup#/en-us/>

¹¹⁷ Disponível em: <<http://www.apitabrasil.com.br>>. Acesso em: 14 jun. 2014.

¹¹⁸ “On Facebook, World Cup is bigger than Olympics, Super Bowl combined”, *CBSNews*, 20 jun 2014.

Disponível em <<http://www.cbsnews.com/news/on-facebook-world-cup-is-bigger-than-olympics-super-bowl-combined/>>. Acesso em; 01 jul. 2014.

¹¹⁹ “Brasil e Alemanha é o jogo mais tuitado da história”, *Zero Hora*, 09 jul. 2014. Disponível em <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/copa-2014/noticia/2014/07/brasil-e-alemanha-e-o-jogo-mais-tuitado-da-historia-4547055.html>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

¹²⁰ <https://twitter.com/TwitterData/statuses/486708145775841281>

de *tweets*¹²¹. Após o Chile errar o último pênalti, o número de *tweets* por minuto chegou a 389.000¹²². O recorde anterior de quantidade de *tweets* durante um evento esportivo pertencia ao Superbowl norte-americano de 2014, com 382.000 postagens por minuto¹²³.

Considerando a grande repercussão da temática no Brasil e no mundo, em especial nos jornais e nos sites de rede social, a temática “Copa do Mundo de 2014” é tomada como ponto de partida para o estudo empírico da presente tese, e é estudada a partir de alguns de seus desdobramentos. Assim, nesse sentido, cada acontecimento relacionado à Copa do Mundo de 2014 é tomado como um desdobramento da temática. O estudo dos acontecimentos é operacionalizado através da análise da circulação e da recirculação de narrativas sobre os acontecimentos no Twitter. Essas narrativas incluem *tweets*, imagens, links, bem como o conteúdo relacionado nos links presentes nos *tweets*. As narrativas sobre o acontecimento no Twitter compõem o que está sendo referido no trabalho como acontecimento em rede.

5.2 Procedimentos metodológicos

A presente pesquisa utiliza uma combinação de procedimentos quantitativos e qualitativos para sua execução. Para Brüggeman e Parpinelli (2008, p.564), “As abordagens quantitativa e qualitativa são necessárias, mas muitas vezes insuficientes para abarcar toda a realidade observada. Em tais circunstâncias, devem ser utilizadas como complementares”.

Ainda que as duas abordagens sejam utilizadas de forma complementar, o trabalho possui um caráter eminentemente qualitativo. De acordo com Marconi e Lakatos (2007, p. 269), “A metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano”. Assim, mesmo que se identifique valores associados a métricas de análise de redes sociais (quantitativo), o foco do trabalho recai no que pode ser inferido a partir dessas estruturas (qualitativo), e não na quantificação em si.

Trata-se, ainda, de uma pesquisa exploratória com caráter descritivo e explicativo, buscando não só descrever as estruturas encontradas, como também explicá-las à luz do jornalismo em rede.

¹²¹ <https://twitter.com/twitterdata/status/482986773597802496>

¹²² “World Cup diary: Brazil-Chile breaks tweet record set by Super Bowl”, *The Guardian*, 29 jun 2014. Disponível em <<http://www.theguardian.com/football/2014/jun/29/world-cup-2014-diary-brazil-chile-tweet-record-superbowl>>. Acesso em: 01 jul. 2014.

¹²³ “Brazil’s crushing defeat to Germany at the World Cup is now the most-tweeted sports game ever”, *The Next Web*, 09 jul. 2014. Disponível em: <<http://thenextweb.com/twitter/2014/07/09/brazils-crushing-defeat-to-germany-at-the-world-cup-is-now-the-most-tweeted-sports-game-ever/>>. Acesso em: 11 jul. 2014.

De modo a empreender os objetivos traçados anteriormente, optou-se por utilizar como método para a presente pesquisa o estudo de caso, considerado por Yin (2003) como um método apropriado para o estudo de fenômenos contemporâneos dentro de seu contexto específico. De acordo com Marconi e Lakatos (2007, p. 274), “O estudo de caso refere-se ao levantamento com mais profundidade de determinado caso ou grupo humano sob todos os seus aspectos”. Entretanto, o estudo de caso possui como limitação o fato de se restringir ao caso ou aos casos que são estudados, não admitindo, assim, generalizações mais amplas (Marconi & Lakatos, 2007).

O estudo de caso foi operacionalizado por um conjunto de procedimentos metodológicos para mapear a circulação e recirculação das narrativas no Twitter em torno de acontecimentos relacionados à Copa do Mundo e incluem observação e Análise de Redes Sociais (ARS), dentre outros procedimentos adotados a partir da combinação e manipulação dos dados. A observação permitiu identificar e compreender os acontecimentos selecionados para o recorte de forma mais ampla. A análise de redes sociais permitiu traçar considerações sobre a estrutura da rede em torno da circulação de narrativas em torno de um determinado acontecimento.

O mapeamento das narrativas em torno dos acontecimentos foi feito da seguinte forma: em um primeiro momento, foram identificadas uma ou mais hashtags ou palavras-chave associadas a um determinado acontecimento jornalístico relacionado à Copa do Mundo de 2014. Essas palavras-chaves foram escolhidas de forma assistemática, tendo como base assuntos sendo discutidos no Twitter durante a Copa (observado através dos Trending Topics) bem como notícias publicadas em portais de notícia¹²⁴. Os *tweets* contendo esses termos foram coletados usando o NodeXL¹²⁵ (Apêndice B). A partir dos dados coletados, procedeu-se a uma análise de rede social para identificar nós centrais na circulação do conteúdo (em formato similar à empregada por Recuero (2014) no estudo de duas hashtags associadas aos protestos de junho de 2013 no Brasil) e outras métricas de rede (a seguir detalhadas). Ainda na etapa de análise, utilizou-se o software Gephi¹²⁶ (Apêndice C) para a geração de visualização das redes.

¹²⁴ As seções de Copa do Mundo dos veículos Zero Hora, Folha de S.Paulo, Estadão, Globo Esporte e UOL foram observadas diariamente durante a Copa à procura de acontecimentos.

¹²⁵ O NodeXL, acrônimo de Network overview, discovery and exploration add-in for Excel (Plugin para exploração, descoberta e panorama de redes para Excel), é um plugin *open source* para o Microsoft Excel que pode ser usado para coletar e analisar dados provenientes de sites de rede social (Smith et al, 2010). Disponível em <<http://nodexl.codeplex.com>>. Acesso em 28 fev. 2014.

¹²⁶ O gephi é um software open source multiplataforma para a visualização e exploração de redes e sistemas complexos. Disponível em <<https://gephi.github.io>>. Acesso em 30 jul. 2014.

Diversos estudos apontam o uso de hashtags e palavras-chave como uma maneira efetiva de fazer um recorte por assunto no Twitter. Bruns & Burgess (2011) destacam o uso de hashtags para coordenação de usuários em situações de protesto ou discussão política. Já Bruns e Liang (2012) sugerem a coleta de hashtags via yTK como uma forma de levantar dados sobre desastres naturais. Recuero (2012, 2014) usa hashtags e palavras-chave para mapear conversações em torno de temas específicos.

Para que seja possível atender aos objetivos do trabalho, mais de um tipo de acontecimento foi comparado em termos de sua circulação. Os tipos de acontecimentos considerados (Quadro 3) foram identificados na literatura da área, em especial a partir de Berger e Tavares (2010) e Henn (2013). Os quatro tipos considerados (acontecimento tradicional esperado, acontecimento tradicional inesperado, ciberacontecimento com origem nas redes e ciberacontecimento com repercussão nas redes) foram escolhidos após o confronto entre o referencial teórico apresentado acima com os dados obtidos através dos procedimentos metodológicos adotados.

Quadro 3. Tipos de acontecimentos considerados no trabalho.

<p>Acontecimentos midiáticos tradicionais esperados e inesperados</p> <p>Os acontecimentos midiáticos tradicionais são aqueles que viram notícia em veículos jornalístico tradicionais. Os acontecimentos esperados são aqueles que se espera que aconteça (por exemplo, um casamento marcado), ao passo que os inesperados são aqueles que acontecem mesmo sem estarem previstos (como no caso de acidentes).</p>
<p>Ciberacontecimentos pela repercussão ou pela origem</p> <p>Ciberacontecimentos são acontecimentos que surgem ou se desenrolam principalmente no ambiente cibernético. A partir de Henn (2013), identificaram-se dois tipos principais de ciberacontecimentos: aqueles que surgem nas redes (origem) e aqueles que se desenrolam principalmente nas redes (repercussão).</p>

A partir dessa definição, procedeu-se à identificação de representantes desses tipos de acontecimentos. O principal critério utilizado foi a disponibilidade dos dados: foram considerados como recorte do trabalho todos os acontecimentos dos quais foi possível obter dados sobre a circulação no Twitter. De modo a manter o caráter qualitativo do trabalho, ainda que vários recortes tenham sido considerados e analisados, apenas um acontecimento de cada subcategoria foi escolhido, o que resultou em um total de quatro casos analisados. Assim, o recorte utilizado no trabalho parte de uma amostragem intencional. Para Frago, Recuero e Amaral (2011, p.78), tratam-se de “Amostras qualitativas, cujos elementos são

selecionados conforme critérios que derivam do problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e métodos de observação e análise”.

Todos os acontecimentos considerados partem de um conjunto de dados obtidos junto ao NodeXL a partir de buscas por palavras-chave e hashtags associadas a uma temática central, a Copa do Mundo de 2014 (Apêndice A). Essa sistemática é parecida com a do estudo de Traquina (2004) ao tratar da temática Aids a partir de seus desdobramentos¹²⁷. No caso do presente estudo, buscou-se abordar a temática Copa do Mundo a partir de quatro de seus desdobramentos.

O passo final da pesquisa envolveu identificar, a partir dos casos estudados, a estrutura do jornalismo em rede a partir da circulação de acontecimentos jornalísticos. Uma rede de um processo jornalístico seria potencialmente ampla e abarcaria diversos atores como nós, do jornalista às fontes, do veículo ao público leitor, dos atores humanos aos algoritmos que promovem as notícias. Assim, como uma forma de recorte, o presente trabalho adota como critério para considerar uma entidade como um “nó” do jornalismo em rede o fato de fazer circular o conteúdo.

Busca-se, com isso, discutir as implicações para o jornalismo, não só em termos estruturais como também em termos de compreensão de seus limites – o que envolve pensar redes sociais não só como meros suportes para distribuição de notícias, mas também como espaços complexos com mais elementos e possibilidades de criação e reprodução de conteúdos, que tornam mais complexa a análise e a compreensão do jornalismo contemporâneo e de suas fronteiras.

A seguir são apresentadas as técnicas de pesquisa de forma mais detalhada, iniciando por observação e passando após para a análise de redes sociais.

5.2.1 Observação

A primeira técnica de pesquisa empregada é a observação. Essa observação foi feita para identificar de forma mais ampla dinâmicas associadas à circulação de informações em sites de rede social. Para Marconi e Lakatos (2002), a observação seria um elemento básico da investigação científica. Para as autoras, “A observação é uma técnica de coleta de dados para conseguir informações e utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da

¹²⁷ O trabalho de Traquina (2004), entretanto, é bem mais abrangente que o presente estudo: o autor estudou o conteúdo de notícias com a temática Aids em jornais de quatro países (Estados Unidos, Portugal, Espanha e Brasil) por um período de 10 anos (de 1981 a 1991), o que permitiu sistematizar períodos e temáticas predominantes em cada momento em cada país.

realidade. Não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se deseja estudar” (Marconi & Lakatos, 2002, p. 88).

Como não havia intenção de interferir no ambiente sendo pesquisado, a observação empreendida é a de tipo simples. Para Gil (2006, p. 111) a observação simples é “aquela em que o pesquisador, permanecendo alheio à comunidade, grupo, ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem”. A observação simples se contrapõe à observação participante, aquela na qual o investigador interfere e participa da situação que está sendo analisada. O fato de a observação ser simples não significa que não houve nenhuma interferência nos ambientes de estudo (a autora continuou a usar normalmente o site de rede social em questão¹²⁸), mas sim que o foco não foi *participar* da interação, e sim observá-la.

Em determinados momentos, a observação adquiriu o caráter de observação sistemática (Gil, 2006), como no caso de usar um roteiro pré-estabelecido para coleta de dados, após ter sido identificado acontecimentos passíveis de serem coletados e analisados no estudo.

5.2.2 Análise de Redes Sociais

A Análise de Redes Sociais (ARS) é um conjunto de métricas e técnicas de pesquisa utilizado para descrever a relação entre nós (atores) e suas conexões (arestas) (Degenne & Forsé, 1999; Hansen, Shneiderman & Smith, 2011; Scott, 2013; Wasserman & Faust, 1994). O foco da ARS está no estudo da estrutura dos grupos sociais, buscando identificar as relações entre os atores dos grupos (Wasserman & Faust, 1994). Diferentemente da estatística convencional, a ARS se utiliza da dados relacionais ao invés de atributos individuais. Dados relacionais “são os contatos, laços e conexões, as ligações e pontos de contato do grupo que relacionam um agente a outro e por isso não podem ser reduzidos às propriedades dos agentes individuais” (Scott, 2013, p. 3, tradução nossa)¹²⁹. Por conta desse foco relacional, Wasserman e Faust (1994, p. 5, tradução nossa) reforçam que “a unidade de análise [da ARS]

¹²⁸ Um exemplo de interferência se deu no dia 08 de julho de 2014, no qual, além de observar as interações no Twitter, também se buscou fazer algumas postagens. Nesse sentido, é possível que a autora do trabalho apareça como um dos nós da rede de circulação de narrativas sobre acontecimentos analisados nesse dia.

¹²⁹ Tradução de: “Relational data, on the other hand, concern the contacts, ties and connections, and the group attachments and meetings that relate one agent to another and that cannot be reduced to the properties of the individual agents themselves” (p. 3)

não é o indivíduo, mas uma entidade que consiste na coleção de indivíduos e as ligações entre eles”¹³⁰.

A origem remota da ARS estaria nos estudos sociométricos de Moreno e Lewin (iniciados na década de 1930), aliados a estudos recentes em diversas áreas (Scott & Carrington, 2011). Outra contribuição importante é da teoria dos grafos, da qual decorre a representação das redes na forma de nós, que representam os atores, ligados através de conexões (Wasserman & Faust, 1994).

Alguns dos conceitos fundamentais da análise de redes sociais incluem: ator, laço social, díade, tríade, subgrupo, grupo, relação, e rede (Wasserman & Faust, 1994). Ator se refere aos indivíduos ou coletivo de indivíduos considerados como nós da rede. O laço social se refere àquilo que conecta dois ou mais atores na rede. Uma díade seria a menor unidade de análise da ARS e se refere a um par de atores conectado entre si. Já uma tríade se refere a um grupo de três atores e suas conexões, ao passo que um subgrupo está associado a um recorte maior de atores e suas conexões entre si. Um grupo é uma “coleção de todos os atores nos quais os laços serão medidos” (Wasserman & Faust, 1994, p. 19, tradução nossa)¹³¹. Uma relação envolve uma coleção de laços de um determinado tipo dentre os membros de um determinado grupo. Por fim, a rede consiste em um conjunto de atores e suas relações.

Embora a ARS disponha de várias métricas e abordagens para analisar as estruturas das redes (já apresentadas anteriormente no Quadro 1), este estudo considera as seguintes métricas:

- a) **Grau de Conexão** - O grau de conexão refere-se à “força” da conexão entre dois nós. Em redes direcionadas, o grau pode ser desdobrado em conexões recebidas (*indegree*) e conexões enviadas (*outdegree*). O *indegree* de um nó (ou seja, o número de conexões recebidas) é a métrica utilizada no presente estudo para identificar “nós centrais” (*hubs*).
- b) **Grau de Intermediação** - O grau de intermediação (*betweenness*) é outra medida de centralidade do nó e indica o número de vezes que um nó serve de ponte entre outros grupos de nós.
- c) **Densidade** A densidade descreve o grau de ligação entre os nós numa rede (Scott, 2013). Quanto mais densa a rede, mais conectados entre si estão os seus nós.

¹³⁰ Tradução de: “the unit of analysis in network analysis is not the individual, but an entity consisting of a collection of individuals and the linkages among them” (p. 5)

¹³¹ Tradução de: “a group is the collection of all actors on which ties are to be measured” (p. 19)

- d) **Modularidade** - A modularidade é uma medida de rede, de clusterização, de vizinhança dos nós. Nós incluídos em um “módulo” têm conexões mais fortes entre si do que com os demais.
- e) **Componentes Conectados** – O número de componentes conectados se refere ao total de *clusters* de nós que estão conectados entre si mas separados de outros nós no grafo.
- f) **Coefficiente de Clusterização** – O coeficiente de clusterização mede o quão conectados estão os nós uns dos outros.
- g) **Distância Geodésica** – A distância geodésica se refere ao diâmetro da rede, ou a distância entre dois nós.

Freeman (1979) aponta três métricas para analisar a centralidade dos nós em uma rede de comunicação: o grau de conexão, o grau de intermediação e o grau de proximidade. Pelo grau de conexão, o nó com maior centralidade seria aquele que tivesse o maior número de conexões. Em oposição aos nós centrais, estariam os nós periféricos, com baixo grau de conexão. Pelo grau de intermediação, os nós centrais seriam aqueles que mais serviriam de ponte entre outros nós, conectando outros nós através do menor caminho. Para o autor, “um ponto que se situa nos caminhos de comunicação entre outros pontos exibe um potencial para controlar a comunicação” (Freeman, 1979, p.221, tradução nossa)¹³². A terceira forma de medir a centralidade de um nó é pelo grau de proximidade, e está relacionada a quanto um nó está próximo dos demais nós da rede. Esta centralidade também está relacionada ao controle da comunicação, mas de um modo diferente: “Aqui, um ponto é visto como central na medida em que pode evitar o potencial de controle de outros” (Freeman, 1979, p.224, tradução nossa)¹³³.

Neste trabalho, optou-se por utilizar o grau de conexão para identificar os *hubs*, e o grau de intermediação para identificar usuários que atuam como ponte entre outros nós.

5.3 O recorte

As coletas de dados foram realizadas diariamente¹³⁴ entre os dias 06 de junho e 13 de julho de 2014¹³⁵ a partir do uso da ferramenta NodeXL. Foram coletados um total de 272

¹³² Tradução de: “a point that falls on the communication paths between other points exhibits a potential for control of their communication” (p.221)

¹³³ Tradução de: “Here, a point is viewed as central to the extent that it can avoid the control potential of others”. (p.224)

¹³⁴ Nesse período, não foram coletados dados em dois dias: 07 e 08 de junho, ainda antes da Copa.

¹³⁵ A Copa ocorreu entre os dias 12 de junho e 13 de julho de 2014. A coleta, portanto, teve início seis dias antes do início da Copa, e foi encerrada no último dia do evento.

conjuntos de dados (*datasets*) referentes a 202 acontecimentos diferentes¹³⁶ (Apêndice A). Esse conjunto de dados engloba um total de 366.081 *tweets*, o que corresponde a uma média de 1.346 *tweets* por coleta¹³⁷. Do total de acontecimentos que compõem o conjunto de dados, 85 foram classificados como ciberacontecimento e 187 como acontecimento tradicional. Desse total, procedeu-se à análise de redes sociais de quatro conjuntos de dados (um acontecimento tradicional esperado, um acontecimento tradicional inesperado, um ciberacontecimento com repercussão nas redes e um ciberacontecimento com origem nas redes).

Para a composição dos 272 conjuntos de dados, realizou-se coletas diárias junto à ferramenta NodeXL. Estratégias diferentes foram usadas a cada dia, com algumas coletas tendo sido realizadas antes de partidas, outras durante ou logo após as partidas, e algumas ao final do dia, a partir daquilo que foi notícia ao longo do dia. Para as coletas, em alguns casos foram usadas diferentes palavras-chave, buscando contemplar diferentes variações de terminologia nas narrativas no assunto. Por isso, apesar de se tratarem de 272 conjuntos de dados, esses dados se referem a 202 acontecimentos diferentes. Um exemplo pode ser dado com a primeira coleta realizada: no dia 06 de junho de 2014, buscou-se *tweets* contendo os termos “brasil” e “servia” bem como *tweets* contendo a expressão “brasil x servia”.

Desse total de 272 conjunto de dados, escolheu-se um total de quatro para analisar com mais profundidade no presente trabalho. Os quatro casos foram escolhidos a partir das categorias de tipos de acontecimentos estabelecidas anteriormente (Quadro 3). Assim, cada caso estudado se refere a um tipo de acontecimento¹³⁸.

Para a escolha dos quatro conjuntos de dados analisados no presente estudo, foram priorizados aqueles em que os conjuntos de dados estivessem mais completos e tratassem de temáticas diversas, mas representativas do todo. Os quatro acontecimentos escolhidos foram: o pouco destaque concedido ao exoesqueleto na abertura da Copa (12/06/2014, classificado como acontecimento tradicional esperado), a queda de um viaduto em Belo Horizonte que

¹³⁶ Em alguns casos, coletou-se mais de um conjunto de dados sobre o mesmo acontecimento, tanto para obter mais *tweets*, quando para usar diferentes palavras-chave para a mesma coleta. Por exemplo, foram feitas 5 coletas com o termo “exoesqueleto” no dia 12 de junho de 2014. Apenas um desses recortes (o que continha a maior quantidade de *tweets*) foi utilizado na presente tese.

¹³⁷ O número exato de *tweets* por coleta varia conforme o acontecimento usado como recorte e as palavras-chave usadas para coletá-lo. O menor conjunto de dados se refere aos termos “ronaldo realidade virtual experimento”, com 10 *tweets*, coletado no dia 12/06/2014 durante a abertura da Copa, e o maior conjunto de dados se refere ao termo “shakira”, com 11.723 *tweets*, coletado no dia 13/07/2014, durante o encerramento da Copa.

¹³⁸ Chegou-se a cogitar trabalhar com outras categorias, como ciberacontecimento esperado ou inesperado, mas essas categorias foram descartadas por não serem encontrados representantes típicos das referidas situações. Um quinto caso foi descartado após a realização da análise, tendo em vista que era muito diferente dos demais e não representava um acontecimento único, e sim um conjunto de acontecimentos: as narrativas em torno da hashtag #EstadaonaCopa.

fazia parte das obras de mobilidade para a Copa (03/07/2014, classificado como acontecimento tradicional inesperado), a repercussão da exibição de uma animação do Fuleco no estádio Beira Rio (22/06/2014, classificado como ciberacontecimento com repercussão nas redes), e um meme com o goleiro da Holanda (12/07/2014, classificado como um ciberacontecimento com origem nas redes).

Ainda que cada acontecimento tenha sido enquadrado em uma das categorias de análise, é possível identificar algumas sobreposições. A classificação levou em conta os aspectos predominantes de cada acontecimento. As fronteiras entre os tipos não são rígidas, bem como as categorias não são mutuamente excludentes. Assim, ainda que o exoesqueleto na abertura da Copa tenha sido classificado como acontecimento esperado (na medida em que o chute com o exoesqueleto estava agendado para aparecer na abertura da Copa), ele possui aspectos de imprevisibilidade (como o fato de a cena ter durado pouco, ou ter sido praticamente cortada da transmissão ao vivo da Rede Globo). Do mesmo modo, ainda que a exibição da animação do Fuleco no estádio Beira Rio tenha sido classificada como um ciberacontecimento com repercussão nas redes, trata-se, também, de um acontecimento tradicional inesperado.

Entre os dias 25 de junho e 01 de julho, a coleta de dados foi prejudicada devido a um problema na API do Twitter. Durante esse período, não foi possível obter os retweets, apenas *tweets* postados originalmente pelos usuários. Esse problema inviabilizou a análise dos *tweets* desse período¹³⁹, ainda que os procedimentos de coleta tenham sido continuados normalmente. Assim, ainda que os dados coletados nesse período apareçam na relação de recortes do Apêndice A, nenhum acontecimento coletado entre os dias 25 de junho e 01 de julho foi considerado como recorte do trabalho.

5.3.1 Considerações técnicas sobre o recorte

Ainda que o Facebook seja atualmente o site de rede social mais usado no Brasil e no mundo, optou-se por centrar a coleta de dados no Twitter. Essa escolha está relacionada ao modo de funcionamento de ambos os sites e do tipo de conteúdo que é possível coletar.

O Facebook possui mais usuários e, portanto, poderia ser possível encontrar uma maior diversidade de conteúdos jornalísticos em circulação. Entretanto, a ferramenta apresenta uma série de limitações para a recuperação de informações compartilhadas pelos

¹³⁹ Devido à ausência de retweets, praticamente não foi possível captar a relação entre os *tweets*, inviabilizando o estudo dos nós centrais na circulação de informações. Além disso, o número de *tweets* coletados sobre cada tema foi reduzido consideravelmente, uma vez que os retweets representam uma parcela significativa da circulação de informações.

usuários, em parte relacionadas aos múltiplos filtros oferecidos aos usuários (que podem escolher para quem mostrar determinadas atualizações) e em parte associadas à busca pouco desenvolvida da ferramenta. Há uma ferramenta de busca padrão na qual é possível buscar por “posts about X”, sendo X o assunto que se quer buscar. Entretanto, não há informações sobre o período temporal abrangido e quantidade de resultados que se pode obter dessa forma. O foco do desenvolvimento da busca do Facebook tem sido na possibilidade de encontrar informações dentro da própria rede do indivíduo (Graph Search¹⁴⁰), com poucas opções de se encontrar informações fora da relação de amigos e amigos dos amigos.

Há *plugins* e ferramentas voltadas para a coleta de dados do Facebook, mas em geral eles se centram em coletas a partir de interações em fanpages específicas ou em grupos públicos¹⁴¹. Uma outra possibilidade oferecida é analisar a própria rede social do indivíduo que está realizando a pesquisa¹⁴². Analisar a fanpage de um jornal poderia ser interessante para a presente pesquisa, porém teria como limitação o fato de se estudar a circulação a partir do ponto de vista da produção jornalística (a partir de um determinado jornal específico e da repercussão das notícias publicadas por ele) e não a partir da circulação de narrativas sobre um acontecimento.

Ferramentas de marketing voltadas para empresas oferecem possibilidade de busca mais completa sobre determinados termos no Facebook. Entretanto, os custos costumam ser altos, e com limitações pesadas em termos de quantidade de resultados. Por exemplo, a ferramenta Scup cobra a partir de R\$360 ao mês para monitorar conteúdos com um limite de 1.500 resultados¹⁴³.

O Twitter também apresenta limitações na coleta de dados, como o fato de restringir os resultados da busca em termos quantitativos e temporais¹⁴⁴. Entretanto, há dois fatores que contribuem para uma maior disponibilidade de dados. O primeiro diz respeito ao fato de que grande parte dos perfis e das postagens serem feitas de forma pública¹⁴⁵. O segundo fator é o desenvolvimento da busca do Twitter ter sido voltado para a busca por tópicos, e não por

¹⁴⁰ <https://www.facebook.com/about/graphsearch>

¹⁴¹ Este é o caso do Netvizz (<https://apps.facebook.com/netvizz/>) e do plugin desenvolvido pelo Labic/UFES para visualização de dados (<https://github.com/ufeslabic/parse-facebook>).

¹⁴² Como no caso do Touch Graph (<http://www.touchgraph.com/navigator>) e do Wolfram Alpha (<http://www.wolframalpha.com/facebook/>).

¹⁴³ Disponível em <<http://www.scup.com/pt/precos/>>. Acesso em: 23 abr. 2014.

¹⁴⁴ Smith et al (2014a) apontam que essa limitação, ao menos no NodeXL, seria de até 18 mil resultados nos últimos 7 dias da busca.

¹⁴⁵ Ainda que não se tenha dados oficiais sobre a relação entre perfis públicos e privados no Twitter e no Facebook, um estudo de 2012 do Pew Research com jovens norte-americanos identificou que 60% dos jovens pesquisados mantêm o perfil do Facebook privado, enquanto apenas 24% mantêm o perfil do Twitter privado (Madden et al, 2013), o que traz indícios de que perfis públicos sejam mais comuns dentre os usuários do Twitter do que dentre usuários do Facebook.

usuários ou por listas. Isso permitiu a criação de inúmeras ferramentas para coleta de dados. Duas dessas ferramentas são o NodeXL e o yTK, que utilizam procedimentos diferentes para coleta de dados. Enquanto o NodeXL usa a API de busca do Twitter e recupera postagens já feitas no Twitter (coleta para o passado), o yTK utiliza a API de streaming do Twitter, e passa a coletar dados a partir do momento em que uma palavra-chave ou hashtag é cadastrada (coleta para o futuro). Essa particularidade do yTK permite que se colete um conjunto de dados maior do que o que seria obtido através da busca do Twitter ou pela API de busca (como no caso do NodeXL), porém com a limitação de só iniciar a coleta no momento em que uma palavra-chave é cadastrada, não sendo possível recuperar *tweets* anteriores. O desafio, nesse caso, seria “prever” que acontecimentos poderiam ser interessantes de se coletar antes que narrativas sobre eles comecem a aparecer nos sites de rede social.

Por conta das características de cada ferramenta de coleta, o funcionamento também é um pouco diferente. Enquanto o NodeXL funciona como um *plugin* gratuito para o Microsoft Excel, oferecendo recursos de coleta, análise de visualização de dados em um mesmo ambiente, o yTK realiza apenas a coleta de dados e funciona em um servidor remoto, preferencialmente dedicado, e que precisa estar no ar o tempo todo ou quase o tempo todo para que a coleta não seja interrompida, o que envolve gastos e hospedagem e monitoramento constante¹⁴⁶. O tratamento dos dados do yTK precisa ser feito de forma manual, e a análise e a visualização precisam ser feitos em outro software.

Independente do software ou das técnicas de coleta usadas, o trabalho apresenta como outra limitação o fato de apenas poder estudar a circulação a partir dos seus rastros visíveis (Bruno, 2013). Assim, ainda que um conteúdo possa ter circulado para mais usuários no Twitter, apenas será possível identificar o que circulou e recirculou de forma pública, mas não a abrangência dessa circulação (ou seja, todos os nós que apenas consumiram o conteúdo são invisíveis nesse recorte metodológico, ainda que tenham sido atingidos pela circulação).

Devido às características metodológicas das ferramentas disponíveis, optou-se por utilizar o NodeXL, na medida em que permite recuperar *tweets* sobre um determinado assunto *após* a ocorrência do evento. Para usar o yTK, seria necessário monitorar *tweets* com palavras-chave mais amplas, ou, ainda, antever o que estaria por acontecer em um futuro próximo (assim, a coleta sobre acontecimentos programados seria perfeitamente possível, mas a coleta de acontecimentos imprevistos seria prejudicada).

¹⁴⁶ Atualmente, tem-se acesso a um servidor em parceria com os pesquisadores Raquel Recuero (UCPel), Ricardo Araújo (UFPEL) e Marco Toledo Bastos (Duke University), custeado por uma pesquisa voltada para o estudo das eleições presidenciais de 2014 no Brasil.

5.3.2 Considerações éticas sobre o recorte

Também é importante apresentar algumas considerações éticas sobre o recorte. A pesquisa se utiliza apenas de dados públicos postados no Twitter (isto é, disponíveis na busca do Twitter e visíveis por qualquer pessoa que acesse o seu perfil na ferramenta, estando logado ou não).

A política de privacidade do Twitter deixa claro que, regra geral, as postagens no site são públicas. “O que você diz no Twitter pode ser visto ao redor do mundo instantaneamente” (Twitter Privacy Policy, 2014, tradução nossa)¹⁴⁷. Ao listar o tipo de informações que o site fornece para terceiros, o Twitter especificamente menciona a possibilidade de compartilhar os *tweets* públicos e os dados públicos do perfil dos usuários, o que inclui o nome de usuário e o número de seguidores de cada perfil. Nas diretrizes para uso de *tweets* em transmissões de imprensa, o site especifica que os veículos precisam necessariamente informar o nome de usuário do autor da mensagem e não devem alterar o conteúdo da mensagem reproduzida¹⁴⁸.

As recomendações éticas de pesquisa da AoIR (Association of Internet Researchers ou Associação de Pesquisadores de Internet) recomendam anonimizar os participantes sempre que a identificação não for necessária para o estudo desenvolvido (Markham & Buchanan, 2012). Nos casos em que a identificação seja necessária, o documento sugere levar em considerações as expectativas dos usuários em termos de privacidade/publicidade dos dados e a própria política de privacidade do site em questão.

Com base nessas diretrizes e na política de privacidade da ferramenta, neste estudo optou-se por identificar apenas os nós com maior *indegree* ou maior grau de intermediação das redes analisados. Os exemplos de *tweets* mostrados ao longo da análise apenas referenciam esses atores. Outros usuários foram mantidos anônimos. Neste caso, entendeu-se que a identificação dos nós de maior *indegree* e de maior grau de intermediação era importante, para identificar o tipo de ator envolvido na rede, especialmente pela possibilidade de envolver veículos jornalísticos, porém a identificação dos demais nós seria desnecessária.

5.4 Procedimentos de análise

O estudo é operacionalizado tendo como unidade de análise a conexão estabelecida entre usuários através de *tweets*. Essa relação é direcionada (um usuário menciona ou retuita

¹⁴⁷ Tradução de: “What you say on Twitter may be viewed all around the world instantly”.

¹⁴⁸ “Guidelines for using Tweets in broadcast”. **Twitter Help Center**, 2014. Disponível em:

<<https://support.twitter.com/groups/56-policies-violations/topics/237-guidelines/articles/114233-guidelines-for-using-tweets-in-broadcast>>. Acesso em: 17 out. 2014.

outro, mas pode não ser mencionado ou retuitado) e, por isso, permite identificar os nós mais centrais (nós que receberam mais menções ou retweets) nas narrativas em torno de determinados temas.

Esses *tweets* assumem diferentes formatos de conteúdo. Será considerado **circulação jornalística** quando o próprio veículo posta, em um de seus perfis oficiais, manchetes e links associados ao acontecimento em estudo. Exemplo dessa modalidade pode ser visto na Figura 27.



Figura 27. *Tweet* postado pela Revista Época em seu perfil especial para a cobertura da Copa no Twitter apontando para notícia que lista memes surgidos na internet por ocasião da vitória da Holanda sobre a Espanha em 13 de junho de 2014.

Fonte: <https://twitter.com/EpocadeCopa/status/477612482690056193/photo/1>

Será considerado **recirculação jornalística** quando são os interagentes que postam esses conteúdos, na forma de filtro e/ou comentário de notícias. Será considerado filtro quando se tratar de uma mera reprodução de *tweets* postados por jornais, apenas constatando que algo aconteceu, como na Figura 28. Já o comentário pressupõe um juízo de valor na narrativa sobre o acontecimento, o que pode se dar tanto na forma de uma opinião manifestada sobre o assunto (Figura 29) quanto no humor (Figura 30) ou na criação de um remix a partir da combinação com outros assuntos (Figura 31).



Figura 28. Postado por um usuário comum, o *tweet* apenas reproduz uma atualização originalmente postada pelo perfil especial da Revista Época para a cobertura da Copa.

Fonte: <https://twitter.com/eguarda/status/477620377926254592>

Que massacre da Holanda, me lembrou o último greNAL.

View translation

Reply Retweet Favorite More

RETWEETS
59

FAVORITES
19



6:25 PM - 13 Jun 2014

Figura 29. *Tweet* de usuário comum sobre a vitória de 5 a 1 da Holanda contra a Espanha. Além de emitir uma opinião (massacre), o usuário também relaciona com uma partida recente entre Grêmio e Internacional, times rivais do estado do Rio Grande do Sul. Fonte: https://twitter.com/_PraSempreInter/status/477562481704206336

Chico Buarque de Holanda feliz ! Chico Buarque de Espanha triste rss !

View translation

Reply Retweet Favorite More

RETWEETS
9

FAVORITES
5



3:41 AM - 14 Jun 2014

Figura 30. *Tweet* reproduz de forma textual uma piada que repercutiu nos sites de rede social no dia 13 de junho de 2014 relacionando o cantor Chico Buarque de Hollanda com a vitória da Holanda sobre a Espanha.

Fonte: <https://twitter.com/Eikebaixista/status/477702268431917056>



Figura 31. Meme produzido por usuários das redes mostrando o rosto do cantor Chico Buarque feliz e triste conforme seu nome é complementado por “de Hollanda” ou “de Espanha”. A colocação de frases nessa foto é um meme com existência anterior à Copa, e pode ser conferido na página *Chico Buarque disse* no Facebook (<https://www.facebook.com/ChicoBuarqueDisse>). Representa um remix na medida em que a imagem é ressignificada para se referir a um tema atual.

Fonte: <https://twitter.com/EpocadeCopa/status/477612482690056193/photo/1>

A unidade de análise é a relação entre *tweets* traduzida a partir da menção e do retweet a outros usuários. Dois atores estão conectados quando um perfil menciona o outro. Nesse caso, tanto o autor do *tweet*, quanto o usuário mencionado, são incluídos como nós na rede dos *tweets* de narrativas sobre um determinado acontecimento. Como exemplo, na Figura 28, tanto o autor do *tweet* quanto o perfil @Epocadecopa seriam incluídos como nós na rede. O *tweet* atua como conexão entre os dois usuários. Neste caso, a conexão é estabelecida através de um retweet¹⁴⁹. Já no exemplo imediatamente anterior, na Figura 27, apenas o perfil @Epocadecopa aparece como nó, com uma conexão (*tweet*) estabelecida com ele mesmo (não há nenhuma menção ou retweet).

Os *tweets* utilizados como recorte no presente estudo foram coletados através do NodeXL¹⁵⁰. O NodeXL gera uma planilha com as conexões (*edges*) e os nós (*vertices*) e permite o cálculo de algumas métricas de redes sociais. Assim, o próprio NodeXL foi usado para a identificação de métricas de análise de redes sociais e para a identificação dos tipos de *tweets*. Após a obtenção desses dados, a planilha foi exportada para o Gephi¹⁵¹ (em formato .graphml), onde se procedeu à criação de visualizações das redes (grafos)¹⁵².

Os grafos foram criados utilizando o layout Force Atlas. O funcionamento deste algoritmo é bastante simples. Sua principal característica é fazer com que os nós desconectados se afastem e as conexões sejam reforçadas.

ForceAtlas2 é um layout de força direcionada: ele estimula um sistema físico de modo a especializar a rede. Os nós se afastam como ímãs, ao passo que as conexões atraem seus nós, como molas. Essas forças criam um movimento que converge para um estado balanceado. Espera-se que a configuração final possa ajudar na interpretação dos dados (Jacomy et al, 2012, p. 4, tradução nossa)¹⁵³.

Alguns ajustes foram feitos para que as visualizações ficassem como estão. Os nós foram coloridos por modularidade – nós que pertencem a um mesmo módulo estão da mesma cor. Já o tamanho do nó representa o *indegree* – quanto maior o nó, mais conexões (menções ou retweets) o usuário recebeu.

¹⁴⁹ O NodeXL capta tanto retweets manuais (como no exemplo da Figura 28) quanto retweets automáticos, realizados a partir do botão retweet do Twitter. Cada conexão (*tweet*, menção ou retweet) é exibida em uma linha diferente na tabela gerada pelo plugin no Excel.

¹⁵⁰ Neste estudo, utilizou-se a versão 1.0.1.251 do NodeXL em combinação com o Excel 2010 rodando no sistema operacional Windows 7.

¹⁵¹ Neste estudo, utilizou-se a versão 0.8.1 beta do Gephi, em um computador rodando OS X 10.9.4.

¹⁵² Os conjuntos de dados analisados, bem como os grafos gerados, poderão ser acessados digitalmente em <http://gabrielazago.com/tese>

¹⁵³ Tradução de: “ForceAtlas2 is a force directed layout: it simulates a physical system in order to spatialize a network. Nodes repulse each other like magnets, while edges attract their nodes, like springs. These forces create a movement that converges to a balanced state. This final configuration is expected to help the interpretation of data” (p.4).

A seguir são apresentados os resultados encontrados no estudo de quatro casos relacionados à Copa do Mundo de 2014 a partir dos procedimentos metodológicos delineados acima.

6 RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos a partir da análise de redes sociais dos quatro acontecimentos escolhidos como recorte da pesquisa: o exoesqueleto na abertura da Copa, a queda de um viaduto na cidade de Belo Horizonte, a exibição de uma animação do Fuleco imitando o jogador Kidiaba no estádio Beira Rio e um meme criado a partir de uma cena com o goleiro da Holanda.

Para cada acontecimento, primeiro apresenta-se uma descrição do evento, seguido de uma análise de redes sociais em torno das narrativas no Twitter sobre o caso.

6.1 Caso exoesqueleto

O primeiro acontecimento que serve como pano de fundo para o presente estudo é o pouco espaço concedido ao exoesqueleto durante a transmissão ao vivo da abertura da Copa de 2014 no dia 12 de junho, classificado como acontecimento esperado.

6.1.1 Acontecimento esperado: o exoesqueleto na abertura da Copa

Antes da abertura, foi anunciado que o chute inicial da Copa seria dado por um paraplégico usando um exoesqueleto desenvolvido com pesquisa nacional liderada pelo pesquisador Miguel Nicolelis¹⁵⁴. Criou-se uma grande expectativa quanto a como seria mostrada essa cena na abertura. Entretanto, durante a transmissão ao vivo na Rede Globo, a cena simplesmente não foi mostrada. Ao invés disso, a emissora exibiu uma tomada do ônibus com a seleção brasileira chegando ao estádio. Algumas horas depois, a emissora se retratou e exibiu a cena do exoesqueleto, dando destaque ao feito.

Segundo o coordenador do projeto, a FIFA teria concedido apenas 29 segundos para a demonstração, dos quais foram usados 16 segundos¹⁵⁵. O espaço concedido e o utilizado já eram, por si sós, bastante reduzidos. Combinados com a não transmissão ao vivo, abriu espaço para narrativas diversas em torno do acontecimento.

Esse acontecimento é tomado como um dos recortes para o presente trabalho devido a sua importância enquanto acontecimento jornalístico. Diversos veículos abordaram o pouco espaço concedido ao exoesqueleto. Como exemplo, o blog *Pop! Pop! Pop!* da Veja SP traz

¹⁵⁴ “Miguel Nicolelis faz últimos testes com exoesqueleto para a Copa do Mundo”, *Fantástico*, 20 abr. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2014/04/miguel-nicolelis-faz-ultimos-testes-com-exoesqueleto-para-copa-do-mundo.html>>. Acesso em: 13 ago. 2014.

¹⁵⁵ “Cientista reclama do tempo curto para mostrar exoesqueleto em abertura”, *GI*, 12 jun. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2014/06/cientista-reclama-de-tempo-curto-para-mostrar-exoesqueleto-em-abertura.html>>. Acesso em: 10 jul. 2014.

alguns dos *tweets* com a repercussão em torno do assunto¹⁵⁶. O blog *UOL Esporte vê TV*, do portal UOL, também traz *tweets* com as reclamações dos interagentes por conta da não transmissão da cena ao vivo¹⁵⁷.

Mesmo que o caso não tenha se desenrolado exatamente como previsto, o acontecimento foi classificado como “acontecimento tradicional esperado”, na medida em que o chute com o exoesqueleto estava programado para ser dado nesse dia, como uma das atrações da abertura da Copa.

6.1.2 Narrativas no Twitter em torno do exoesqueleto – resultados

Os *tweets* analisados para obter as narrativas no Twitter em torno do exoesqueleto na abertura da Copa de 2014 foram coletados no dia 12 de junho de 2014 usando a ferramenta NodeXL. Ao todo foram obtidas 5.056 conexões (relações de menção ou retweet) e 4.129 nós (autores dos *tweets* e usuários mencionados ou retuitados) a partir de *tweets* contendo o termo “exoesqueleto”. Dessas 5.056 conexões, 4.822 são únicas (ou seja, alguns usuários postaram mais de um *tweet* estabelecendo a mesma conexão dentro da amostra, da mesma forma que alguns *tweets* estabeleceram mais de uma conexão ao mencionar 2 ou mais atores). Cada *tweet* representa pelo menos uma conexão na medida em que permite que um nó (autor do *tweet*) seja conectado a outros através de menções ou retweets, ou a ele mesmo, caso não mencione ou retuite ninguém. Como o assunto estava em intensa discussão na ferramenta no momento da coleta, o recorte compreende um período curto de apenas 30 minutos, entre 16h30 e 17h00¹⁵⁸ do dia 12 de junho¹⁵⁹.

Ainda que um conjunto de *tweets* seja tomado como recorte, o foco do presente estudo recai na estrutura da rede, e não no conteúdo compartilhado pelos usuários. Mesmo assim, alguns exemplos de *tweets* são mostrados, em caráter ilustrativo.

No conjunto de dados trabalhado, ao todo foram identificados 924 componentes, sendo que 639 possuem uma única conexão. O componente com maior número de conexões

¹⁵⁶ “Globo ‘ignora’ exoesqueleto na abertura da Copa do Mundo e é criticada na internet”, Pop! Pop! Pop!, 12 jun. 2014. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2014/06/12/globo-nao-mostra-exoesqueleto-e-e-criticada-na-internet/>>. Acesso em: 24 jul. 2014.

¹⁵⁷ “Globo recupera imagem do pontapé de exoesqueleto após reclamações na web”, UOL Esporte vê TV, 12 jun. 2014. Disponível em: <<http://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/2014/06/12/globo-troca-exoesqueleto-por-onibus-da-selecao-e-internautas-reclamam/>>. Acesso em: 25 jul. 2014.

¹⁵⁸ A cerimônia de abertura da Copa – que incluiu o chute com o exoesqueleto – ocorreu entre 15h15 e 15h40.

¹⁵⁹ Ainda que o limite global do NodeXL (e da API de busca do Twitter) seja de 18.000 *tweets*, a coleta é geralmente interrompida antes de chegar a esse número. No caso analisado, a API do Twitter retornou apenas os 5.000 últimos resultados.

possui 2.487 conexões (pessoas ligadas umas às outras pela relação de menção ou retweet a outras que estão também conectadas entre si).

A distância geodésica máxima entre os nós é de 16 (diâmetro da rede) e a distância geodésica média é de 5,57. Em termos práticos, isso significa que os nós não estavam muito próximos entre si na rede (os usuários estão dispersos). A densidade do grafo é de 0,00023568, ou seja, os nós estão muito pouco interconectados entre si (o número vai de 0 a 1). No recorte, o maior *indegree* é 291 (número de menções recebidas). O maior *outdegree* é 9 (número de *tweets* feitos). A média do coeficiente de clusterização é de 0,025, o que representa uma baixa tendência à formação de *clusters*, ou grupos de usuários altamente conectados entre si.

As hashtags mais presentes no conjunto de dados do exoesqueleto são #Copa2014, com 140 menções, #exoesqueleto, com 133 menções, #GlobonaCopa, com 114 menções e #Brasil2014, com 90 menções. Essas hashtags são em sua maioria descritivas, embora #GlobonaCopa também tenha sido usada para criticar a emissora. Outra hashtag de crítica que pode ser mencionada é #EPICFail, presente em 44 dos *tweets* analisados.

Dentre os usuários com maior *indegree* no recorte (Tabela 1), temos uma celebridade da web em primeiro, com 291 menções, um blog sobre futebol em segundo, com 158 menções, um jornalista e professor de comunicação em terceiro, com 155 menções, e o portal UOL como quarto usuário mais mencionado, com 142 menções. Logo após aparecem @rede_globo e @miguelnicolelis como quinto e sexto mais mencionados, com 141 e 139 menções respectivamente.

Usuário	Número de menções
@oficialjoao	291
@impedimento	158
@trasel	155
@uol	142
@rede_globo	141
@miguelnicolelis	139
@trivela	118
@drogalizado	106
@varskysports	104
@g1	86
@uolnoticias	68

Tabela 1. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão *indegree*).

Apenas a observação desses nós centrais já permite inferir algumas características sobre a circulação jornalística em torno do acontecimento. Ainda que alguns perfis de veículos jornalísticos apareçam (como @UOL, @uolnoticias e @g1), também há outros usuários referenciados como fonte de informações (como @oficialjoao e @trasel) bem como blogs de conteúdo esportivo (@impedimento, @trivela). Outra característica interessante da rede é o fato de haver menções a dois dos “personagens” do acontecimento (@rede_globo e @miguelnicolelis). Assim, enquanto UOL e G1 aparecem como fonte ao abordar o pouco espaço concedido ao exoesqueleto na abertura da Copa, a Rede Globo aparece como fonte do problema (por não ter transmitido a cena). Outros atores também são referenciados por seus comentários em torno do tema.

Alguns atores que atuam como *hubs* também atuam como pontes (alto grau de intermediação). Isso pode acontecer por conta do alto *indegree*, combinado com o fato de terem sido mencionados por mais de um usuário do recorte simultaneamente. Também há atores que atuam como ponte devido ao alto *outdegree*, ou seja, pelo fato de mencionarem mais de um ator em diferentes *tweets* que compõem o recorte, contribuindo para interconectar a rede ao prover acesso a duas ou mais fontes de conteúdo a seus seguidores.

Assim, o cenário é ligeiramente diferente ao se observar os nós com maior grau de intermediação (*betweenness*). Ainda que muitos dos atores que já figuram na relação de usuários com maior *indegree* apareçam, eles aparecem em posições diferentes, e a lista é complementada por outros usuários (Tabela 2).

Usuário	Grau de intermediação
@miguelnicolelis	1800056.580
@oficialjoao	1709085.144
@impedimento	1086421.652
@rede_globo	984339.235
@uol	840500.891
@trasel	776428.972
@zalman5k	611838.000
@cloud320_	605218.000
@g1	560363.185
@drogalizado	534790.090

Tabela 2. Nós que atuam como ponte no recorte (maior grau de intermediação).

O usuário @cloud320_, por exemplo, aparece na lista de grau de intermediação por ter mencionado outros três usuários em seus dois *tweets* presentes no recorte, servindo de ponte para conectar dois grupos de nós (usuários que mencionaram @miguel_nicolelis e usuários que mencionaram @zalman5k), grupos que de outro modo estariam separados. O usuário @zalman5k é outro usuário que aparece no top 10 por grau de intermediação (Tabela 2), embora não figure na relação de usuários com maior *indegree* (Tabela 1). Trata-se de um colombiano que, ao ter seu *tweet* sobre o exoesqueleto retuitado por outros usuários, contribuiu para interconectar grupos separados da rede.

A visualização da rede (Figura 32) foi gerada no Gephi usando o layout Force Atlas. Os nós estão coloridos por modularidade. O tamanho do nó representa o *indegree* – quando maior o nó, mais conexões (menções ou retweets) o usuário recebeu. Os pontos isolados ao redor do grafo representam usuários que postaram *tweets* sem mencionar outros usuários em suas publicações.

Uma imagem em tamanho maior, identificando os usuários com maior *indegree*, pode ser visualizada no Apêndice D, ao final do trabalho.

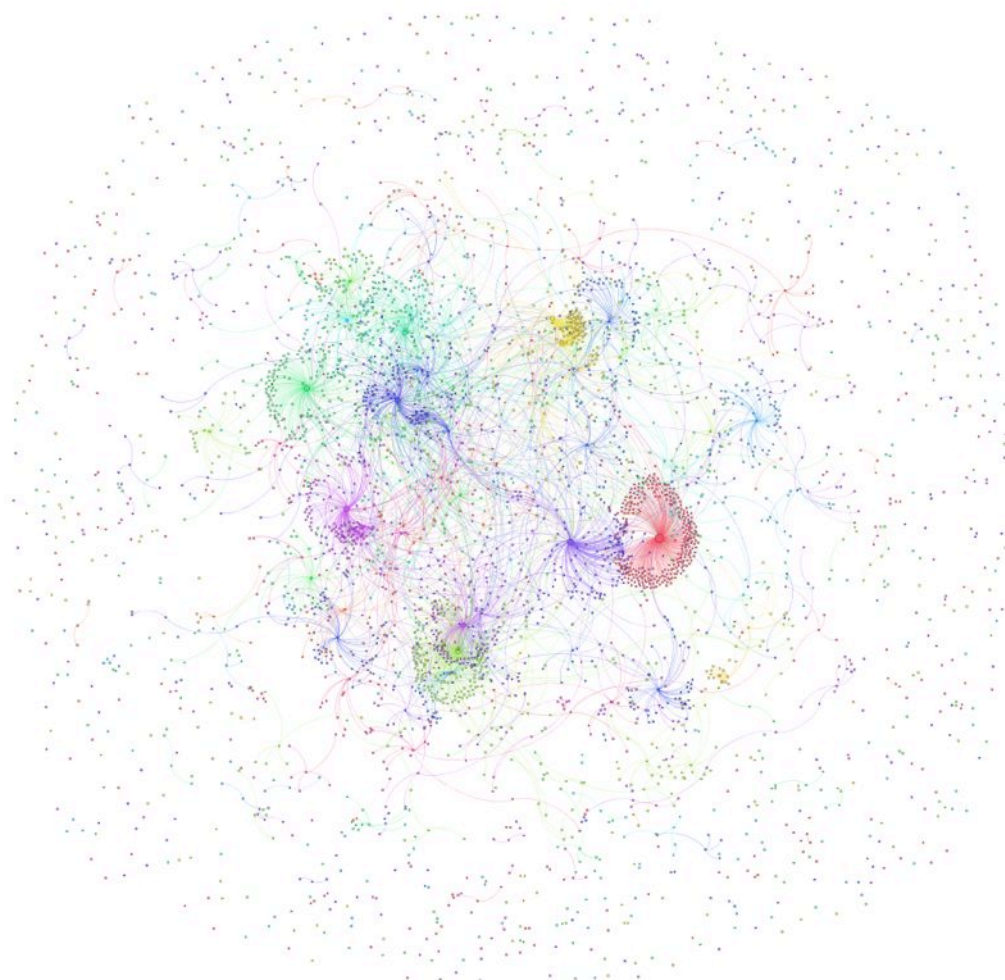


Figura 32. Grafo da rede de *tweets*, retweets e menções com o temo “exoesqueleto” em 12 de junho de 2014 no Twitter.

Ainda que seja possível identificar vários nós esparsos (pontos isolados nas bordas do grafo), é possível visualizar alguns *clusters* em torno de usuários com maior *indegree* (agrupamentos coloridos no centro).

Na parte superior esquerda do grafo (em azul e verde) estão as menções a @miguelnicolelis e @redeglobo. Os dois atores foram mencionados principalmente por estarem envolvidos no acontecimento, em *tweets* como:

Depois de zilhões de comentário no #Twitter, a @rede_globo resolveu mostrar o rapaz com o exoesqueleto #demorou #Copa

RT @usuario1: Chute do exoesqueleto do @MiguelNicolelis #copa2014 RT @usuario2: tem gif já <http://t.co/rkJnYFRuhQ>¹⁶⁰

¹⁶⁰ O *tweet* faz alusão a um gif (imagem animada) da cena do chute, postada pelo perfil de um veículo jornalístico (Washington Post) no Twitter.

Mais para o lado direito do grafo (em vermelho e roxo) estão os usuários mais retuitados. O *hub* vermelho é formado principalmente por retweets ao usuário @oficialjoao, como no exemplo abaixo:

RT @OficialJoao: A Globo preferiu mostrar o ônibus entrando no estádio do q o chute do paraplégico com o exoesqueleto. Prioridades..

O *hub* verde na porção inferior do grafo corresponde ao blog Impedimento. O *hub* amarelo, acima à direita, também representa um aglomerado de blogs esportivos. O *hub* em rosa, à esquerda, corresponde ao portal UOL. Os *tweets* com menções a UOL e G1 foram feitos com links para notícias nos respectivos sites, como nos exemplos abaixo:

Paraplégico chuta bola com exoesqueleto de Nicolelis, mas quase ninguém viu via @UOLNoticias @UOL <http://t.co/87sFFCFgtY>

RT @g1: Paraplégico usa exoesqueleto para chutar bola durante a abertura da Copa; assista ao vídeo <http://t.co/NPj9g6VDJn>

A partir dessa estrutura, é possível perceber que a rede é bastante fragmentada (o que justifica sua densidade bastante baixa, em índice consideravelmente inferior a 1). Mas, mesmo assim, ela se centra em torno de determinados nós centrais, que receberam destaque ao serem referidos como fonte ou referência da informação. Enquanto uns eram mencionados por seu papel negativo no desenrolar do acontecimento (como no caso de @rede_globo), outros eram referenciados como autor de *tweets* que obtiveram grande repercussão ao abordar a temática. Dois veículos jornalísticos também se destacam por abordar o tema: UOL e G1.

Essa estrutura permite perceber a complexa relação entre os *tweets* e retweets sobre um determinado assunto. Múltiplos atores podem contribuir para fazer circular e recircular narrativas sobre o acontecimento. Nesse cenário de jornalismo em rede, as relações se tornam mais complexas. Ainda que seja inegável o papel de veículos jornalísticos ao organizar a discussão (com links contextualizando o fato), outros atores também se destacam na narrativa dos acontecimentos no Twitter.

Os sites de rede social também abrem espaço para remixes e ressignificações. Em 08 de julho de 2014, por exemplo, na derrota do Brasil para a Alemanha nas semi-finais da Copa, a temática do exoesqueleto foi retomada antes e durante a partida, quando surgiu a piada de que o jogador Neymar, afastado por uma fratura na coluna, iria aparecer no segundo tempo do

jogo usando um exoesqueleto, ou, ainda, um “hexaesqueleto”, fazendo alusão à possibilidade de o Brasil ser Hexa campeão.

Ainda na mesma ocasião, um dos memes que surgiram buscava relacionar o exoesqueleto com a atuação do jogador Fred: “A rápida presença do exoesqueleto durante a abertura da Copa fez mais que o Fred”, conforme citado no site de Veja¹⁶¹ (Figura 33).



Figura 33. Remix criado por usuários fazendo referência ao exoesqueleto.

Fonte: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/confira-os-memes-mais-ironicos-sobre-a-derrota-do-brasil>

6.2 Caso viaduto

O segundo acontecimento tomado como recorte do presente estudo é a queda de um viaduto em obras na cidade de Belo Horizonte no dia 03 de julho de 2014. Esse evento foi classificado como um acontecimento inesperado.

6.2.1 Acontecimento inesperado: queda de viaduto em Belo Horizonte

No dia 03 de julho de 2014, um viaduto em obras desabou na cidade de Belo Horizonte. Além de ter ocorrido durante a Copa, a relação com o evento esportivo também se dá pelo fato de se tratar de uma das obras de mobilidade urbana que não ficaram prontas a tempo da Copa de 2014.

O Viaduto Guararapes, localizado na região da Pampulha, em Belo Horizonte, fica a 5km do estádio Mineirão. A obra fazia parte do Plano da Copa de Belo Horizonte, como parte das construções para a estrutura de transporte rápido BRT. De acordo com o portal Yahoo!,

¹⁶¹ “Confira os memes mais irônicos sobre a derrota do Brasil”, *Veja*, 08 jul. 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/confira-os-memes-mais-ironicos-sobre-a-derrota-do-brasil>>. Acesso em: 24 jul. 2014.

uma parte dessas obras estava atrasada (incluindo esse viaduto), com inauguração prevista apenas para 2015¹⁶².

Com a queda, um micro-ônibus, um carro e dois caminhões foram atingidos, resultando em dois mortos e 23 feridos. A queda do viaduto trouxe à tona na imprensa a discussão sobre a segurança de outras obras de mobilidade para a Copa¹⁶³.

Esse caso foi classificado como um “acontecimento tradicional inesperado” uma vez que a queda do viaduto não era um evento programado e aconteceu repentinamente. Um fator que corrobora para essa imprevisibilidade do evento são notícias que dão conta de que seleções que jogaram em Belo Horizonte teriam passado dias antes pelo local do acidente¹⁶⁴.

6.2.2 Narrativas no Twitter em torno do viaduto – resultados

Os *tweets* analisados para obter as narrativas no Twitter em torno da queda do viaduto em construção em Belo Horizonte foram coletados no dia 03 de julho de 2014 usando a ferramenta NodeXL. Ao todo foram obtidas 5.050 conexões (relações de menção ou retweet) e 3.975 nós (autores dos *tweets* e usuários mencionados ou retuitados) a partir de *tweets* contendo as palavras-chave “viaduto”, “Belo” e “Horizonte”¹⁶⁵. Dessas 5.050 conexões, 4.270 são únicas (ou seja, alguns usuários postaram mais de um *tweet* estabelecendo a mesma conexão dentro da amostra, da mesma forma que alguns *tweets* estabeleceram mais de uma conexão ao mencionar 2 ou mais atores). Cada *tweet* representa uma conexão na medida em que permite que um nó (autor do *tweet*) seja conectado a outros através de menções ou retweets. A coleta foi realizada às 16h50min e compreende um período de pouco mais de uma hora de *tweets*, com *tweets* postados entre às 15h21 e 16h42. Como a expressão utilizada para a coleta não é tão específica, o recorte inclui também alguns poucos *tweets* anteriores ao dia 03/07 que tratam de outros viadutos (como no caso de alguns *check in* no Foursquare em viadutos na mesma cidade).

¹⁶² “Viaduto que desabou fazia parte do Plano da Copa de Belo Horizonte”, *Yahoo!*, 03 jul. 2014. Disponível em: <<https://br.esporteinterativo.yahoo.com/noticias/viaduto-que-desabou-fazia-parte-do-plano-da-copa-de-belo-horizonte-212320243.html>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

¹⁶³ “Três outros viadutos em obra ligada à Copa estão ameaçados em BH”, *UOL Notícias*, 04 jul. 2014. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2014/07/04/tres-outros-viadutos-em-construcao-ligada-a-copa-estao-ameacados-em-bh.htm>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

¹⁶⁴ “Seleção da Argentina passou por viaduto que desabou em Belo Horizonte”, *R7*, 03 jul. 2014. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/futebol/copa-do-mundo-2014/selecao-da-argentina-passou-por-viaduto-que-desabou-em-belo-horizonte-03072014>>. Acesso em: 04 ago. 2014.

¹⁶⁵ Não necessariamente nessa ordem, mas apenas *tweets* contendo os três termos.

No conjunto de dados trabalhados, ao todo foram identificados 1.011 componentes, sendo que 912 possuem uma única conexão. O componente com maior número de nós possui 2.806 nós interligados entre si por relações de menção ou retweet.

A distância geodésica máxima entre os nós é de 13 (diâmetro da rede) e a distância geodésica média é de 3,65. Em termos práticos, isso significa que os nós não estavam muito próximos entre si na rede (os usuários estão dispersos). De qualquer modo, a rede possui uma distância geodésica relativamente menor que a da rede anteriormente analisada, referente às narrativas em torno do exoesqueleto, o que significa que os usuários estão mais próximos entre si do que na rede anterior (um usuário está conectado a outro por menos “pulos”). A densidade do grafo é de 0,00021935, ou seja, os nós estão muito pouco interconectados entre si (o número vai de 0 a 1), um pouco menos que na rede do exoesqueleto. No recorte, o maior *indegree* é 1.397 (número de menções recebidas). O maior *outdegree* é 10 (número de *tweets* feitos por um mesmo usuário). A média do coeficiente de clusterização é de 0,022, o que representa uma baixa tendência à formação de *clusters*, ou grupos de usuários altamente conectados entre si.

As hashtags mais presentes no conjunto de dados são #G1, com 1.435 menções, #GloboNews, com 88 menções, #R7, com 29 menções e #radioitaitaia, com 25 menções. Todas essas hashtags correspondem a assinaturas de veículos e estão relacionadas com os usuários com maior *indegree* no recorte. Outras hashtags que aparecem no recorte incluem #URGENTE, com 13 menções e #NaoVaiTerCopa, com 11 menções. Enquanto a primeira demonstra o caráter de urgência do acontecimento inesperado, a segunda estabelece um gancho com a Copa do Mundo.

Dentre os usuários com maior *indegree* no recorte (Tabela 3), tem-se praticamente apenas veículos jornalísticos, com destaque para o G1, com 1.397 conexões recebidas (menções + retweets). Mesmo assim, a hashtag #G1 aparece em um conjunto maior de *tweets* (1.435) trazendo indício de que alguns retweets atribuíram a informação ao autor do retweet e não ao veículo, ainda que tenham mantido a referência ao veículo na forma de hashtag. Esse dilema entre atribuir o retweet para o autor da mensagem original ou para quem a repassa está relacionada com uma economia do retweet (Recuero & Zago, 2012), na medida em que atribuir alguém como fonte de um retweet também lhe confere visibilidade.

Um exemplo de retweet que menciona outro usuário como fonte porém mantém o uso da hashtag #G1 pode ser visto a seguir:

RT @meiaseis: MG: Viaduto desaba na região da Pampulha, em BH; há 1 morto e 10 feridos, dizem bombeiros <http://t.co/24Bn0YsmBg> #G1

O autor do RT optou por creditar a informação ao perfil @meiaseis, que havia feito um retweet de uma mensagem do @G1, ao invés de creditar diretamente o veículo.

Dentre os 10 usuários com maior *indegree*, apenas um usuário comum¹⁶⁶ aparece, na 10ª colocação. Outro usuário aparece na posição 11 (Tabela 3).

Usuário	Número de menções
@g1	1397
@veja	351
@jornaloglobo	349
@radioitatiaia	102
@folha_com	95
@canalglobonews	89
@espnagora	85
@uol	84
@exame_com	46
@regisbeagalo	36
@paulovilhenavr	21

Tabela 3. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão *indegree*).

A observação desses nós centrais já permite inferir algumas características sobre a circulação jornalística em torno do acontecimento. A presença de inúmeros veículos e a quantidade de menções a eles podem estar associados ao fato de se tratar de um acontecimento inesperado. As características do acontecimento refletem no tipo de narrativa que pode ser observada no Twitter. Como há inúmeras menções aos veículos, pode-se inferir que predominam notícias do tipo filtro em relação a comentários. Nesse caso, parece mais importante reportar que algo aconteceu, do que propriamente tecer comentários sobre o caso.

As posições dos usuários são ligeiramente diferentes, mas a lista de 10 usuários com maior *indegree* coincide parcialmente com a lista de 10 usuários com maior grau de intermediação (Tabela 4)

¹⁶⁶ Um usuário comum seria um usuário que não representa nem veículo jornalístico, nem jornalista, nem celebridade.

Usuário	Número de menções
@g1	6218978.673
@jornaloglobo	1708453.652
@veja	1640209.427
@radioitaitaia	519279.072
@folha_com	448829.947
@espnagora	429654.029
@uol	397736.693
@canalglobonews	372727.602
@exame_com	198051.790
@regisbeagalo	179667.663

Tabela 4. Nós que atuam como ponte no recorte (maior grau de intermediação).

O fato de predominarem usuários com alto *indegree* na relação de usuários com maior grau de intermediação pode estar relacionado ao fato de que muitos atores, ao tuitarem sobre o acidente, mencionaram ou retuitaram mais de um veículo e postaram mais de um *tweet* sobre o incidente. Um exemplo dessa relação pode ser visto mais adiante, na Figura 35.

A visualização da rede (Figura 34, também presente no Apêndice E) foi gerada no Gephi usando o layout Force Atlas. Os nós estão coloridos por modularidade. O tamanho do nó representa o *indegree* – quando maior o nó, mais conexões (menções ou retweets) o usuário recebeu. Os pontos isolados ao redor do grafo representam usuários que postaram *tweets* sem mencionar outros usuários em suas publicações.

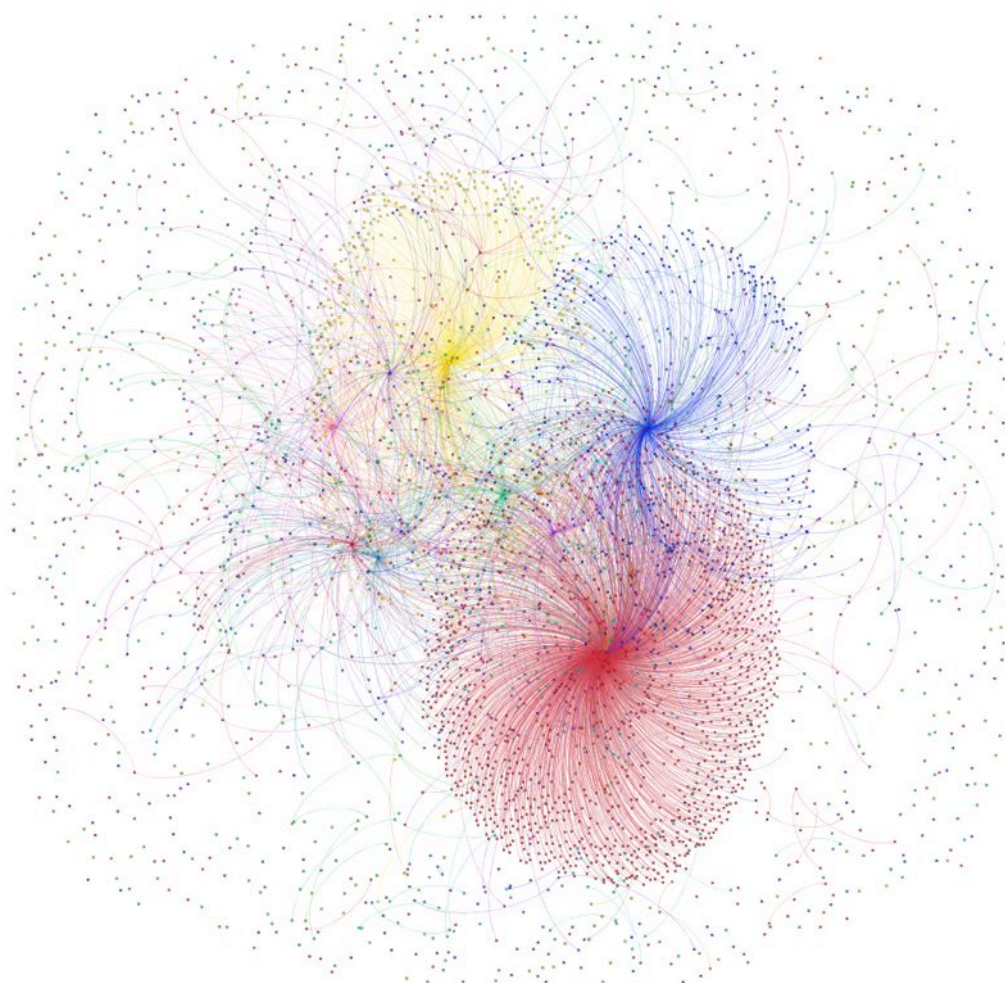


Figura 34. Grafo da rede de *tweets*, retweets e menções com os termos “viaduto Belo Horizonte” em 03 de julho de 2014 no Twitter.

É possível observar alguns nós esparsos (pontos isolados nas bordas do grafo), mas o que mais chama a atenção é a presença de três grandes *hubs*, nas cores vermelho, azul e amarelo. O *hub* vermelho, o maior de todos, representa nós conectados ao @g1. Próximo a ele, e compartilhando algumas conexões com o *hub* vermelho, está o *hub* azul, que representa o @jornaloglobo. A proximidade entre os *hubs* e a presença de conexões em comum indica que os dois veículos foram mencionados simultaneamente em um mesmo *tweet*, ou em *tweets* diferentes por um mesmo usuário (como exemplo, um usuário específico fez retweets de mensagens postadas pelo @g1 e pelo @jornaloglobo, conforme pode ser visto na Figura 35).



Figura 35. Retweets de um mesmo usuário a notícias postadas pelos veículos @g1 e @jornaloglobo exibidos em sequência em seu perfil no Twitter.

Fonte: <https://twitter.com/josegoes1827>

Mais para a esquerda do grafo (Figura 34) temos o *hub* amarelo, que representa o perfil da revista @veja. Há menos conexões compartilhadas com o @g1 do que no caso do @jornaloglobo, mas também é possível notar algumas conexões em comum.

Exemplos de retweets com os três veículos isoladamente podem ser visto abaixo:

RT @g1: MG: Viaduto desaba na região da Pampulha, em BH, atinge veículos e deixa morto e feridos <http://t.co/g0k2HKDN3t> #G1

RT @JornalOGlobo: Queda de viaduto em Belo Horizonte atinge dois veículos. <http://t.co/8wBt5HpP4k> <http://t.co/UyhyT9J0r3>

RT @VEJA: Viaduto desaba em Belo Horizonte; uma pessoa morreu e outras dez ficaram feridas <http://t.co/LAg9MUoRje> <http://t.co/ZOtMHLsNJ4>

Ainda que tenha havido múltiplas menções e RTs ao @g1, elas se referem a notícias diferentes. O veículo postou mais de um *tweet* no período, com a cobertura ao vivo do evento.

Mesmo que tenha predominado *tweets* com filtro de notícias, também é possível encontrar comentários dentre os *tweets* analisados, como no exemplo abaixo:

Um viaduto desaba em Belo Horizonte, há morte e o jornalista se preocupa com a copa...

Esse *tweet* em específico não estabelece conexão com outro usuário (ninguém é mencionado ou citado no *tweet*), embora estabeleça relação direta com a temática Copa.

Por se tratar de um acontecimento tradicional inesperado, esse recorte possui características distintas dos demais, como o fato de se centrar principalmente em veículos. A estrutura da rede também demonstra que mesmo no Twitter os veículos tradicionais continuam a aparecer como fontes principais para últimas notícias (Recuero, 2011).

6.3 Caso Kidiaba

O terceiro acontecimento tomado como recorte do presente trabalho é a exibição no estádio Beira Rio de uma animação do Fuleco, mascote da Copa, fazendo a dança do jogador Kidiaba. Esse evento foi classificado como um ciberacontecimento com repercussão nas redes.

6.3.1 Ciberacontecimento com repercussão nas redes: exibição da animação do Fuleco imitando o Kidiaba no estádio Beira Rio

A animação do Fuleco imitando o jogador Kidiaba era exibida em todos os estádios quando algum jogador fazia gol. Particularmente no Beira Rio, estádio localizado em Porto Alegre, ela teve um significado especial, na medida em que o time proprietário desse estádio, o Internacional de Porto Alegre, perdeu o Mundial de Clubes de 2010 para o Mazembe, equipe da qual o goleiro Kidiaba faz parte.

A derrota em 2010 gerou inúmeras piadas com o time, inclusive dando origem ao “Mazembe Day”, comemorado pelos principais adversários do Inter, os torcedores do Grêmio, no dia 14 de dezembro de cada ano¹⁶⁷. A derrota, por 2 a 0, teve como um de seus destaques a atuação do goleiro Kidiaba. Além de defender a bola inúmeras vezes, o jogador ficou conhecido pela dança que fez para comemorar os gols de sua equipe.

Essa mesma dança foi utilizada em uma animação criada pela FIFA para exibição nos estádios a cada gol da Copa. Ela foi exibida nos 12 estádios, mas obteve repercussão ao ser exibida no estádio do Beira Rio, por conta do histórico do time da casa com o jogador Kidiaba e suas danças de comemoração de vitória, transformando o evento em um ciberacontecimento. A repercussão na internet foi tanta que inúmeros veículos jornalísticos

¹⁶⁷ “Gremistas comemoram ‘Mazembe Day’ com projeção de Kidiaba em prédio”, *UOL*, 15 dez. 2013. Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2013/12/15/gremistas-comemoram-mazembe-day-com-projecao-de-kidiaba-em-predio.htm>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

fizeram notícias reconhecendo a recirculação do acontecimento, como no caso do site do Globo Esporte¹⁶⁸ e do blog #hashtag da Folha¹⁶⁹. O site da emissora de televisão Band classificou a exibição da animação no estádio como uma “gafe” da FIFA¹⁷⁰. Vídeos com a animação filmados diretamente do estádio foram postados por usuários em sites como o Instagram¹⁷¹.

Ainda que não tenha surgido nas redes (aconteceu no estádio), por se tratar de um acontecimento que se *desdobrou* principalmente no ambiente digital, o tema é tratado como um ciberacontecimento (Henn, 2013). Trata-se de um “ciberacontecimento com repercussão nas redes” na medida em que a repercussão do assunto em sites de rede social fez com que se tornasse objeto de notícia de veículos jornalísticos.

6.3.2 Narrativas no Twitter em torno do Fuleco imitando o Kidiaba – resultados

Os *tweets* analisados para obter as narrativas no Twitter em torno da exibição da animação do Fuleco fazendo a dança do Kidiaba no estádio Beira Rio foram coletados no dia 22 de junho de 2014 usando a ferramenta NodeXL. A coleta foi realizada às 17h29min e compreende um período um pouco mais amplo do que nos demais recortes, entre às 18h09 do dia 18 de junho e às 17h27 do dia 22 de junho¹⁷².

Ao todo foram obtidas 1.316 conexões (relações de menção ou retweet) e 1.034 nós (autores dos *tweets* e usuários mencionados ou retuitados) a partir de *tweets* contendo os termos “fuleco” e “kidiaba”. Dessas 1.316 conexões, 1.199 são únicas (ou seja, alguns usuários postaram mais de um *tweet* estabelecendo a mesma conexão dentro da amostra, da mesma forma que alguns *tweets* estabeleceram mais de uma conexão ao mencionar 2 ou mais atores). Essa rede é consideravelmente menor que as demais em termos de quantidade de *tweets*, ainda que cubra uma abrangência temporal maior. A temática também é bem mais

¹⁶⁸ “Fuleco “imita” Kidiaba em gol da Holanda e gera piadas na internet”, *Globo Esporte*, 18 jun. 2014.

Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/rs/copa-do-mundo/noticia/2014/06/fuleco-imita-kidiaba-em-gol-da-holanda-e-gera-piadas-na-internet.html>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

¹⁶⁹ “#hashtag: Fuleco imita Kidiaba no Beira-Rio”, *Folha Tec*, 18 jun. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/06/1472725-hashtag-fuleco-imita-kidiaba-no-beira-rio.shtml>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

¹⁷⁰ “Fuleco imita Kidiaba em gol no Beira-Rio”, *Band*, 18 jun. 2014. Disponível em: <<http://esporte.band.uol.com.br/futebol/copa-2014/noticia/100000690195/Gafe-Fuleco-imita-Kidiaba-em-gol-no-Beira-Rio>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

¹⁷¹ “Fuleco imita Kidiaba nos telões do Beira-Rio”, *Blog do Bola*, 18 jun. 2014. Disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/blogdobola/2014/06/18/fuleco-imita-kidiaba-nos-teloos-do-beira-rio/?topo=52,1,1,,224,77>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

¹⁷² No dia 18 de junho foi realizada a segunda partida da Copa em Porto Alegre, e no dia 22 de junho foi realizada a terceira partida na cidade-sede. Ainda que uma partida tenha sido realizada em 15 de junho, a animação do Fuleco fazendo a dança do jogador Kidiaba só apareceu nas partidas dos dias 18 e 22 de junho.

específica e menos abrangente que nos dois casos anteriormente esmiuçados, o que pode ajudar a explicar o recorte consideravelmente menor.

No conjunto de dados trabalhado, ao todo foram identificados 403 componentes, sendo que 347 possuem uma única conexão. O componente com maior número de nós possui 517 nós.

A distância geodésica máxima entre os nós é de 11 (diâmetro da rede) e a distância geodésica média é de 4,49. O diâmetro da rede é menor que no caso do viaduto, porém a distância média entre os nós é ligeiramente maior, o que em termos práticos significa que a rede é menor, mas os nós estão menos conectados entre si. A densidade do grafo é de 0,000747106, ou seja, os nós estão muito pouco interconectados entre si (o número vai de 0 a 1). Mesmo assim, essa densidade é maior que a encontrada nos acontecimentos anteriores (exoesqueleto e viaduto), principalmente por se tratar de uma rede menor, em que menos conexões entre os nós são possíveis (o que contribui para aumentar a densidade da rede). No recorte, o maior *indegree* é 122 (número de menções recebidas). O maior *outdegree* é 21 (número de *tweets* feitos). A média do coeficiente de clusterização é de 0,041, o que representa uma baixa tendência à formação de *clusters*, ou grupos de usuários altamente conectados entre si.

As hashtags mais presentes no conjunto de dados são #FolhanaCopa, com 117 menções, #hashtag, com 88 menções, #Fuleco, com 24 menções e #Kidiaba, com 22 menções. As hashtags mais usadas se dividem entre atribuição de fonte da informação (perfil do jornal Folha de S.Paulo no Twitter e blog Hashtag do mesmo veículo) e menção a “personagens” do acontecimento (Fuleco, o mascote da Copa, e Kidiaba, o jogador imitado pelo mascote da Copa na animação).

Dentre os usuários com maior *indegree* no recorte (Tabela 5), temos um veículo jornalístico nacional em primeiro, com 122 menções. Entretanto, predominam no recorte veículos de abrangência regional no âmbito do Rio Grande do Sul (@futeboldagaucha, @zerohora, @globoesporters, @bandrs, @bolaatlantida). Também é possível encontrar blogs e sites esportivos (@trivela e @lancenet), e um gremista e um site de torcedores do Grêmio (@epmachado e @gremiofbpa_com), o maior rival do Internacional, time proprietário do estádio Beira Rio utilizado na Copa.

Usuário	Número de menções
@folha_com	122
@futeboladagaucha	67
@trivela	38
@epmachado	34
@zerohora	33
@gremiofbpa_com	27
@globoesporters	25
@bandrs	19
@lancenet	13
@bolaatlantida	12

Tabela 5. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão *indegree*).

Os nós centrais deste cibercontecimento são ligeiramente diferentes dos casos estudados anteriormente. Há alguma semelhança com o exoesqueleto na medida em que também envolveu veículos esportivos. Mas traz como diferencial o fato de incluir principalmente a imprensa regional dentre os nós com maior *indegree*, como no caso do perfil de cobertura de futebol da Rádio Gaúcha, emissora de rádio do estado do Rio Grande do Sul, ou as versões voltadas para o estado do Rio Grande do Sul dos perfis do Globo Esporte (programa de televisão) e da Band (emissora de televisão).

Os nós que atuam como *hubs* neste cibercontecimento diferem um pouco da relação dos nós que atuam como pontes entre os grupos (Tabela 6).

Usuário	Número de menções
@folha_com	133113.927
@futeboladagaucha	65847.463
@emysmtts	62029.807
@trivela	42329.801
@gremiofbpa_com	25149.423
@globoesporte	24405.589
@leoeneni	23926.374
@epmachado	23801.681
@gabikkk	21970.648
@rsouzacouto	20900.269

Tabela 6. Nós que atuam como ponte no recorte (maior grau de intermediação).

O usuário @emysmtts aparece com um alto grau de intermediação em função do *outdegree*. O usuário postou inúmeros *tweets* no recorte, enviando conexões para outros nós, e com isso, serviu de ponte entre grupos dispersos. Já @gabikkk retuitou, dentre outros usuários, @gremiofbpa_com, @folha_com, @zerohora e @epmachado, usuários que figuram dentre aqueles com maior *indegree* nesse recorte. Ao enviar conexões (postar *tweets* com menções) a outros usuários, a usuária atuou como ponte entre eles. Ao postar e retuitar mais de um usuário, contribuiu para prover acesso a conteúdos distintos para seus contatos no Twitter, na medida em que seus *tweets* e retweets são exibidos na *timeline* daqueles que a seguem.

A visualização da rede (Figura 36, Apêndice F) foi gerada no Gephi usando o layout Force Atlas. Os nós estão coloridos por modularidade. O tamanho do nó representa o *indegree* – quando maior o nó, mais conexões (menções ou retweets) o usuário recebeu. Os pontos isolados ao redor do grafo representam usuários que postaram *tweets* sem mencionar outros usuários em suas publicações.

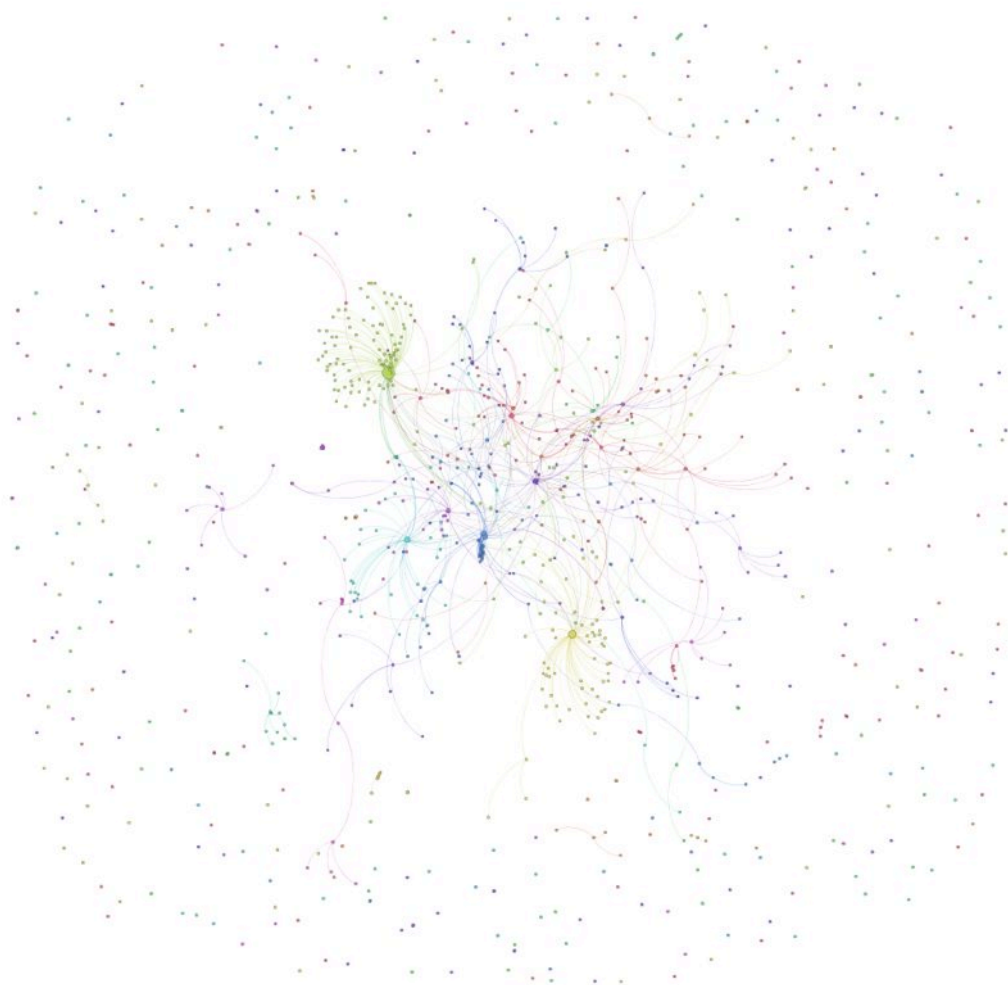


Figura 36. Grafo da rede de *tweets*, retweets e menções com os termos “fuleco” e “kidiaba” entre os dias 18 e 22 de junho de 2014.

O grafo tem a aparência de ser mais esparsa que os demais. De fato, com exceção do módulo verde claro acima à esquerda (em torno do *hub* @folha_com) e do módulo amarelo abaixo à direita (em torno do perfil @futebolnagaucha) os demais perfis possuem poucas menções (menos de 50) e não aparecem de forma tão visível no grafo.

Ainda que a rede seja menor do que no caso do viaduto, enquanto no viaduto os usuários com maior *indegree* são responsáveis por mais da metade do total de conexões da rede, na rede do Fuleco imitando o Kidiaba os usuários com maior *indegree* representam menos de 1/3 do total de conexões, o que faz com que ela seja mais esparsa (muitos nós não estabelecem conexão com nenhum outro, como pode ser visto nas bordas do grafo) e menos centrada em nós específicos (*hubs* no centro).

Esse assunto também suscitou um número maior de *tweets* com comentários, como no caso de “alfinetadas” de gremistas para colorados, como nos exemplos abaixo:

primeiro foi o Benzema¹⁷³ (mazembe de trás pra frente) agora essa do fuleco imitando o kidiaba na hora do gol

RT @gremiofbpa_com: FIFA imortaliza Kidiaba dentro do Beira-Rio. Linda comemoração do boneco oficial da Copa, Fuleco. <http://t.co/7mMOVIoV56>¹⁷⁴

No primeiro exemplo, temos um *tweet* que não estabelece conexão com outro usuário. No segundo, há um retweet ao perfil @gremiofbpa_com, um site de torcedores do Grêmio.

A maior quantidade de retweets ocorreu em uma postagem do perfil @folha_com fazendo alusão ao caso e com a presença da hashtag #FolhanaCopa, usada pelo veículo para a cobertura da Copa. A notícia foi postada no dia 18 de junho, logo após a segunda partida da Copa realizada em Porto Alegre.

RT @folha_com: #FolhanaCopa E o Fuleco imitando Kidiaba em pleno Beira-Rio, casa do Internacional? <http://t.co/tGDhyOFocE>

Já o *tweet* abaixo, reprodução do perfil para cobertura de futebol da Rádio Gaúcha, recebeu retweets no dia 22 de junho, na terceira partida em Porto Alegre.

RT @FuteboldaGaucha: Se tiver gol no Beira-Rio hoje, vai ter dancinha do Kidiaba novamente. FIFA diz que não vai tirar imagem do Fuleco homenageando goleiro.

Enquanto alguns retweets se concentram no dia 18, outros ocorreram no dia 22 de junho. Há poucos *tweets* em datas intermediárias, o que sugere que o assunto só esteve em discussão em função das partidas, logo após a exibição da dança no telão do estádio. A gravação de vídeos por torcedores e os *tweets* feitos diretamente do estádio se inserem em um cenário de mobilidade e ubiquidade, com uma maior presença de dispositivos móveis para comunicação pessoal.

6.4 Caso meme

O quarto acontecimento tomado como recorte do presente estudo é um meme surgido nas redes a partir da sobreposição de uma imagem do goleiro da Holanda. Esse evento foi classificado como um ciberacontecimento com origem nas redes.

¹⁷³ O *tweet* faz alusão ao jogador Benzema, da França, que marcou dois gols no primeiro jogo da Copa em Porto Alegre, no dia 15 de junho de 2014.

¹⁷⁴ O link aponta para uma postagem no Instagram com vídeo gravado por torcedor que estava no Beira Rio quando apareceu a imagem do Fuleco comemorando o gol.

6.4.1 Ciberacontecimento com origem nas redes: meme com o goleiro da Holanda

Durante a disputa do terceiro lugar no jogo Brasil e Holanda em 12 de julho de 2014, o goleiro da Holanda foi flagrado ajustando as traves do gol. A cena foi recortada e utilizada para a criação de um meme simbolizando que o jogador estaria sentado “assistindo” ao jogo de dentro do campo (uma vez que a equipe do Brasil não estava jogando muito bem e efetuou poucas tentativas de chute a gol).

Esse acontecimento também pode ser considerado um acontecimento-réplica, acontecimentos os quais, conforme Babo-Lança (2012, p.20), “sofrem um efeito de repetição que atenua o caráter único da ocorrência”. Para a autora, o acontecimento seria uma ocorrência única e irrepetível, que se destaca justamente pela sua singularidade. O acontecimento réplica, por sua vez, amplia e prolonga o momento da recepção, a partir de uma fragmentação, descontextualização e destemporalização decorrentes da repetição do acontecimento ou de um de seus fragmentos.

O portal R7¹⁷⁵ e o blog *Meio de Campo* do Globo Esporte¹⁷⁶ destacaram algumas das montagens feitas pelos usuários. Uma hashtag foi usada nas redes para reunir as imagens: #JasperCillessenSitsonThings¹⁷⁷. Dois exemplos de imagens criadas por usuários a partir da foto original do jogador podem ser vistas na Figura 37.



Figura 37. Exemplos de montagens feitas a partir da foto do goleiro da Holanda ajustando as traves do gol.

Fonte: <http://esportes.r7.com/futebol/copa-do-mundo-2014/fotos/goleiro-da-holanda-senta-durante-jogo-contra-o-brasil-e-vira-alvo-de-memes-na-internet-13072014#!/foto/6>

¹⁷⁵ “Goleiro da Holanda senta durante jogo contra o Brasil e vira alvo de memes na internet”, *R7*, 13 jul. 2014. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/futebol/copa-do-mundo-2014/fotos/goleiro-da-holanda-senta-durante-jogo-contra-o-brasil-e-vira-alvo-de-memes-na-internet-13072014#!/foto/6>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

¹⁷⁶ #JasperCillessenSitsonThings: Goleiro da Holanda ajeita a barreira e vira meme”, *Blog Meio de Campo*, 12 jul. 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/platb/meiodecampo/2014/07/12/goleiro-da-holanda-ajeita-a-barreira-e-vira-meme-instantaneo/>>. Acesso em: 30 jul. 2014.

¹⁷⁷ Uma busca no Topsy em 31 de julho de 2014 (<http://topsy.com/s?q=%23jaspercillessensitsonthings>) revela que foram pelo menos 27.968 *tweets* postados com a referida hashtag.

Esse ciberacontecimento também envolve a criação de remixes por usuários a partir de uma imagem, como no caso estudado em Zago (2013b) com as montagens a partir de fotos do prefeito de Porto Alegre, José Fortunati.

As criações dos usuários foram feitas a partir de uma foto original retratando o jogador durante a partida, que pode ser vista na Figura 38.



Figura 38. Cena do jogador Jasper Cillessen encostado na trave que posteriormente foi transformada em meme.

Fonte: <http://metro.co.uk/2014/07/12/jasper-cillessen-gets-meme-treatment-after-having-a-sit-down-during-holland-v-brazil-4796222/>

De acordo com o site *Know Your Meme*¹⁷⁸, o meme teria sido iniciado pelo perfil @KICKTV, um canal do YouTube especializado em futebol. O perfil teria postado às 18h01min um *tweet* do jogador recortado da foto original e convocando outros usuários a incluir a imagem do jogador em outros cenários, conforme pode ser visto na Figura 39.

¹⁷⁸ “Jasper Cillessen Sits On Things”, *Know Your Meme*, 15 jul. 2014. Disponível em: <<http://knowyourmeme.com/memes/jasper-cillessen-sits-on-things>>. Acesso em: 31 jul. 2014.

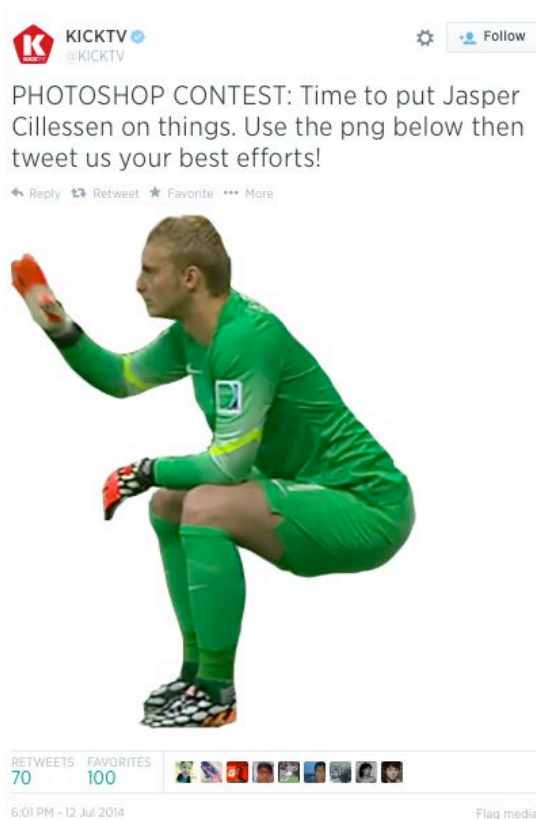


Figura 39. Mensagem postada pelo perfil @KICKTV convocando usuários a incluir a imagem do jogador Jasper Cillessen em outros contextos.

Fonte: <https://twitter.com/KICKTV/status/488065548488421376>

A combinação desses elementos contribuiu para o surgimento de inúmeros remixes combinando a foto do jogador a diferentes contextos, transformando a imagem em um meme, e o meme em um cibercontecimento. Esse caso foi classificado como um “ciberacontecimento com origem nas redes”. Mesmo tendo sido originado nas redes, ele foi noticiado por veículos jornalísticos, em especial na internet, atestando sua relevância para o jornalismo.

6.4.2 Narrativas no Twitter em torno do meme com o goleiro da Holanda – resultados

O segundo ciberacontecimento usado como recorte do estudo teve seus dados coletados no dia 12 de julho de 2014 usando a ferramenta NodeXL. A coleta foi realizada às 18h41min e compreende um período bastante curto, de 16 minutos, entre 18h22 e 18h38¹⁷⁹. Ao todo foram obtidas 5.071 conexões (relações de menção ou retweet) e 4.762 nós (autores dos *tweets* e usuários mencionados ou retuitados) a partir de *tweets* contendo as palavras-chave “goleiro” e “Holanda”. Dessas 5.071 conexões, 5.007 são únicas (ou seja, alguns

¹⁷⁹ O jogo Brasil e Holanda ocorreu entre 17h e 19h. A coleta foi realizada, portanto, enquanto o jogo ainda acontecia.

usuários postaram mais de um *tweet* estabelecendo a mesma conexão dentro da amostra, da mesma forma que alguns *tweets* estabeleceram mais de uma conexão ao mencionar 2 ou mais atores). Cada *tweet* pode representar uma ou mais conexões na medida em que permite que um nó (autor do *tweet*) seja conectado a outros através de menções ou retweets. Apesar da palavra-chave ser um pouco ampla, a coleta abrange um curto período de tempo, o que faz com que grande parte dos *tweets* coletados se refira especificamente ao meme que surgiu durante a partida com o goleiro da Holanda.

No conjunto de dados trabalhado, ao todo foram identificados 343 componentes, sendo que 338 possuem uma única conexão. O componente com maior número de nós possui 4.200 nós interligados entre si por relações de menção ou retweet. O número de componentes é consideravelmente menor que nos outros casos analisados, mesmo englobando uma grande quantidade de *tweets* no recorte (mais de 5.000), o que sugere que a rede estava mais interconectada entre si (o que resultou em menos componentes separados).

A distância geodésica máxima entre os nós é de 15 (diâmetro da rede) e a distância geodésica média é de 4,8. Em termos práticos, isso significa que os nós não estavam muito próximos entre si na rede (os usuários estão dispersos). As distâncias máxima e média são relativamente maiores que nos outros acontecimentos estudados, o que leva a concluir que os usuários estavam mais distantes entre si. A densidade do grafo é de 0,000206776, ou seja, os nós estão muito pouco interconectados entre si (o número vai de 0 a 1). O valor é bastante próximo ao das redes do viaduto e do exoesqueleto, que também possuem cerca de 5.000 *tweets* no recorte. O índice estaria, assim, mais relacionado ao tamanho da rede do que propriamente à rede em si. No recorte, o maior *indegree* é 555 (número de menções recebidas). O maior *outdegree* é 20 (número de *tweets* feitos). A média do coeficiente de clusterização é de 0,004, o que representa uma rede ainda menos clusterizada que as demais redes analisadas.

As hashtags mais presentes no conjunto de dados são #BRAvsHOL, com 44 menções, #SeguraDavidLuiz, com 14 menções, #BRAvsNED, com 13 menções e #NED com 9 e #BRA com 7 menções. Há poucas hashtags bastante utilizadas em proporção ao tamanho da amostra, e a maior parte delas se refere aos times que estavam jogando (BRA se refere a Brasil e NED ou HOL se referem à Holanda). A hashtag usada para reunir os *tweets* em torno do meme, #JasperCillessenSitsonThings, só começou a aparecer um pouco após o jogo, e, mesmo assim, em *tweets* em sua maioria em inglês (o recorte usou palavras em português, e, portanto, capta apenas *tweets* nesse idioma), por isso não aparece no recorte analisado no presente trabalho.

Dentre os usuários com maior *indegree* no recorte (Tabela 7), há praticamente só perfis de usuários comuns, humoristas e de sites de humor. Em comum entre todos os dez usuários mais mencionados e retuitados, está o fato de que eles possuem grandes quantidades de seguidores (o usuário com maior número de seguidores é @instagranzin, com mais de 1 milhão de seguidores, e o usuário com menor número de seguidores é @federicodevito, com mais de 10 mil seguidores¹⁸⁰).

Usuário	Número de menções
@brincadero	555
@danzits	506
@humdaora	397
@instagranzin	247
@bethmoreno	228
@batatareal	217
@queissosenhora	211
@estranhous	201
@seuwillian	181
@federicodevito	168

Tabela 7. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão *indegree*).

A falta de veículos jornalísticos nesses *tweets* pode estar relacionado ao fato de que o recorte compreende *tweets* feitos ainda durante o jogo, antes de se ter jornais e blogs noticiando a repercussão do meme. O que circula nessas narrativas analisadas no Twitter é o próprio meme – piadas e imagens remixadas do jogador sentado em diferentes superfícies.

Neste caso, assim como no caso do viaduto, a relação de usuários com maior *indegree* é bastante similar à relação de usuários com maior grau de intermediação (Tabela 8).

¹⁸⁰ O número de seguidores dos dois perfis foi observado no dia 31 de julho de 2014.

Usuário	Número de menções
@brincadero	5601891.533
@danzits	5004339.557
@humdaora	3902052.456
@inezperdigao	2965166.907
@batatareal	2497581.055
@instagranzin	2336676.178
@estranhous	2197372.639
@bethmoreno	1988573.099
@seuwillian	1881493.743
@panemland	1778034.555

Tabela 8. Nós que atuam como ponte no recorte (maior grau de intermediação).

Dentre os usuários que possuem maior grau de intermediação, o único usuário que não figura na lista de usuários com maior *indegree* é @inezperdigao, que aparece com alto grau de intermediação por ter feito retweets de inúmeras das piadas postadas pelos usuários que figuram na lista de nós com maior *indegree*¹⁸¹.

A visualização da rede (Figura 40, Apêndice G) foi gerada no Gephi usando o layout Force Atlas. Os nós estão coloridos por modularidade. O tamanho do nó representa o *indegree* – quando maior o nó, mais conexões (menções ou retweets) o usuário recebeu. Os pontos isolados ao redor do grafo representam usuários que postaram *tweets* sem mencionar outros usuários em suas publicações.

¹⁸¹ O padrão de postagens do usuário traz indícios de que se trata de um bot ou feed que produz retweets automáticos.

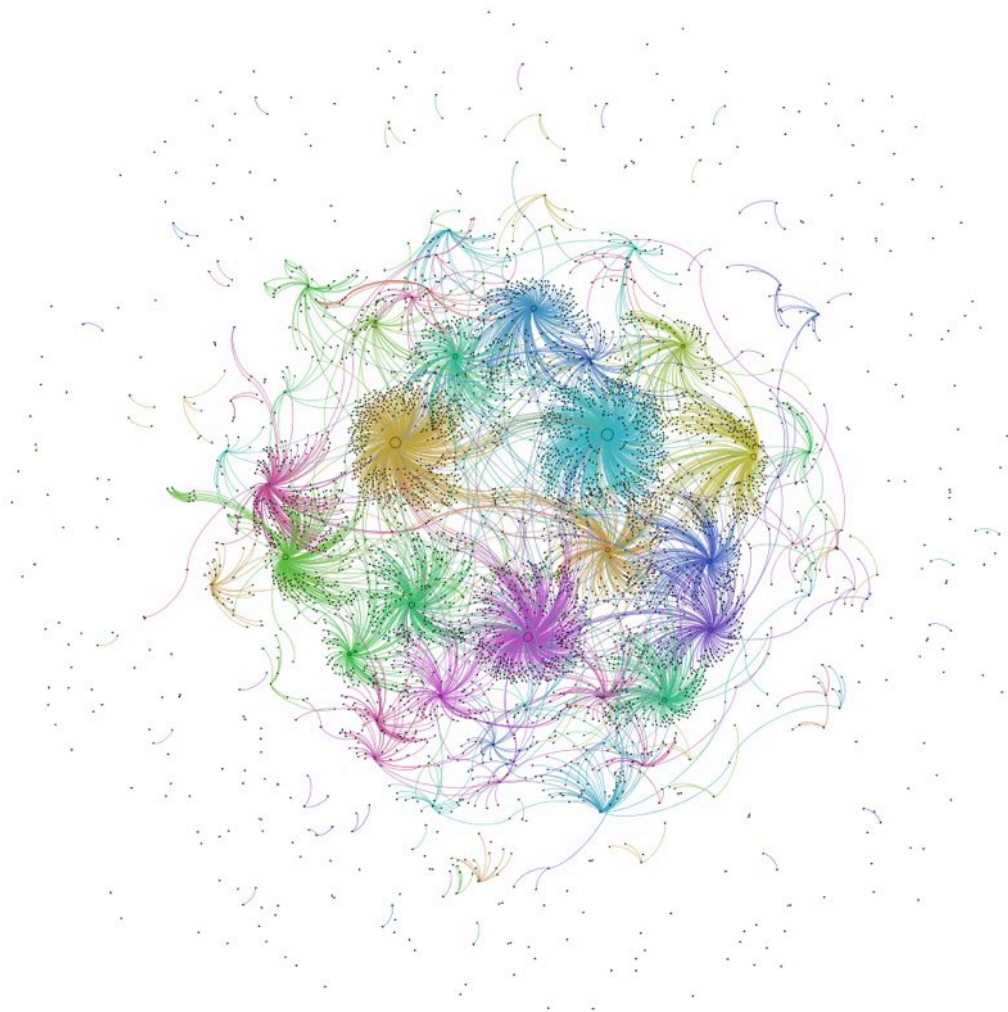


Figura 40. Grafo da rede de *tweets*, retweets e menções com os termos “goleiro Holanda” em 12 de julho de 2014 no Twitter.

Diferentemente das outras redes analisadas, esta é a que menos possui nós esparsos nas bordas (usuários que não mencionaram ou retuitaram ninguém em seus *tweets*). Enquanto na rede das narrativas no Twitter em torno do viaduto de Belo Horizonte há alguns nós com *indegree* muito maior que outros, nessa rede vários usuários possuem *indegree* elevado (como pode ser visto na Tabela 7). O usuário com maior *indegree*, @brincadero, aparece em azul claro no topo um pouco à direita do grafo. O segundo usuário com maior *indegree*, @danzits, está no centro do *hub* amarelo queimado, no topo à esquerda do grafo. Já o usuário @humdaora aparece no *cluster* roxo na porção inferior central do grafo. Algumas das mensagens retuitadas dos três usuários podem ser vistas a seguir (alguns usuários postaram mais de uma mensagem retuitada no período):

RT @brincadero: O goleiro da Holanda ja foi até embora do jogo. <http://t.co/jwKvgneFEs>¹⁸²

RT @Danzits: Enquanto isso o goleiro da Holanda bem de boa tomando uma Bud <http://t.co/AmQ0mSxGsj>¹⁸³

RT @humdaora: O goleiro da holanda pagou quanto pra assistir o jogo dentro de campo?

Os dois primeiros *tweets* reproduzidos acima se valem da possibilidade de incorporar imagens aos *tweets*. Nesse caso, além do link, a imagem já aparece na *timeline* junto ao *tweet*. O *tweet* de @brincadero, conforme apareceu na *timeline* de seus seguidores e na daqueles que o retuitaram, encontra-se reproduzido na Figura 41.



Figura 41. *Tweet* do usuário @brincadero contendo uma piada e um remix associado ao meme do goleiro da Holanda.

Fonte: <https://twitter.com/brincadero/status/488074111827320833/photo/1>

Devido à velocidade com que o meme se espalhou, não é possível saber ao certo quem foram os autores originais das imagens remixadas. É provável que os usuários brasileiros que aparecem como nós centrais da rede tenham apenas contribuído para a propagação do meme, sem de fato criar nenhuma das imagens repassadas. Essa propagação guarda relação com o contexto de mídia espalhável (Jenkins, Ford & Green, 2013), em que não é mais possível diferenciar claramente produtores e recirculadores de conteúdo. Combinado a uma economia

¹⁸² O link aponta para uma montagem do jogador sentado no metrô.

¹⁸³ O link aponta para uma montagem do jogador tomando cerveja sentado em um banco, similar a uma das cenas ilustradas na Figura 37.

do retweet (Recuero & Zago, 2012), em que repassar uma mensagem tem o mesmo valor que publicar algo original, ser aquele que primeiro repassa uma mensagem tem seu valor nas redes, mesmo que não seja o criador original, na medida em que pode resultar em retweets e gerar visibilidade para quem repassou a informação.

Na sequência, o último nó do trabalho apresenta uma discussão dos resultados a partir dos quatro casos analisados, buscando relacionar os aspectos levantados na rede teórica da primeira metade do trabalho com o que foi observado na rede empírica.

7 DISCUSSÃO

Neste capítulo os resultados encontrados a partir da análise de quatro casos relacionados à Copa do Mundo de 2014 são discutidos à luz do referencial teórico abordado na primeira parte da tese (rede, circulação, recirculação e acontecimento). A discussão busca abranger os objetivos traçados para a tese, em especial questões relacionadas às ressignificações do acontecimento jornalístico diante da possibilidade de participação do público nas etapas de circulação e recirculação jornalística no jornalismo em rede.

7.1 Considerações sobre os acontecimentos e suas narrativas no Twitter

Os quatro casos escolhidos para serem analisados no presente trabalho tratam de tipos de acontecimentos diferentes. Mesmo que tenham uma temática de fundo em comum (Copa do Mundo de 2014) e tenham acontecido num período de tempo circunscrito (durante o evento esportivo, entre 12 de junho e 13 de julho de 2014), tratam-se de acontecimentos de natureza diferente entre si.

Ainda que esses acontecimentos sejam diferentes entre si, procurou-se escolher assuntos que fossem representativos da cobertura da Copa como um todo. Assim, o exoesqueleto representa uma cerimônia de abertura aquém das expectativas. A queda do viaduto está associada a problemas envolvendo obras e corrupção antes, durante e depois da Copa. O caso do Fuleco imitando o jogador Kidiaba está associado ao intenso humor e ironia na rede em torno do que aconteceu nos estádios e nas partidas. O meme com o goleiro da Holanda representa os inúmeros memes que circularam pela rede¹⁸⁴. Em conjunto, essas foram algumas das temáticas que perpassaram a Copa do Mundo de 2014.

Para operacionalizar o estudo, utilizou-se de recortes englobando narrativas no Twitter em torno desses acontecimentos. Os termos buscados (palavras usadas para a busca no NodeXL), os recortes temporais efetuados (muito depois ou logo após o ocorrido, por exemplo), e os próprios tipos de acontecimentos também influenciam na estrutura das narrativas mapeadas.

De qualquer modo, algumas considerações podem ser feitas sobre os quatro casos analisados. Por exemplo, em casos em que a coleta é realizada muito próximo ao momento do

¹⁸⁴ Especificamente com relação aos memes, o estudo de Haacke et al (2014) aborda as imagens memes que mais circularam no Twitter durante a Copa de 2014, e identifica montagens com jogadores como um desses tipos de memes.

evento (como no caso do meme com o goleiro da Holanda), as narrativas tendem a se centrar no assunto em si, com praticamente nenhuma menção a veículos jornalísticos. A situação é diferente, entretanto, quando se trata de uma notícia urgente, como no caso do desabamento do viaduto em Belo Horizonte. Mesmo poucas horas após o ocorrido, é possível notar muitos retweets e menções a veículos jornalísticos, não só pela proximidade com o momento da coleta, mas também devido ao tipo de acontecimento sendo discutido. Já eventos programados que não se desenvolvem exatamente como ocorrido podem suscitar mais críticas por parte dos envolvidos, e, com isso, além de mobilizar veículos jornalísticos, também mobilizam usuários comuns, como no caso das narrativas em torno do pouco espaço concedido ao exoesqueleto na abertura da Copa. Eventos mais localizados tendem a ser tratados principalmente pela imprensa regional, como no caso da animação do Fuleco no estádio Beira Rio, em Porto Alegre.

Em termos gerais, o acontecimento pode ser entendido como algo inesperado que foge da normalidade e adquire visibilidade (Rodrigues, 1996; Babo-Lança, 2005). Nos quatro casos estudados, é possível perceber em maior ou menor grau cada um desses elementos. Assim, a queda do viaduto representa algo inesperado (embora a obra estivesse ainda em andamento, não se esperava que o viaduto fosse desabar, muito menos durante a Copa). Ao mesmo tempo, esse acontecimento foge da normalidade – não é normal um viaduto desabar, e é menos comum ainda a queda da estrutura atingir carros e causar mortes. Assim, esse acontecimento em específico adquire visibilidade por conta da sua imprevisibilidade e de seu desvio em relação aos eventos cotidianos.

Do mesmo modo, ainda que fosse esperado que o exoesqueleto fosse aparecer na abertura da Copa, o modo como a cena foi retratada (além do pouco tempo alocado, ela praticamente não foi exibida na Rede Globo) trouxe elementos de imprevisibilidade ao acontecimento. O caso foge da normalidade em dois sentidos – tanto por se tratar de algo não usual por si só (com o pontapé de abertura de uma Copa do Mundo sendo dado por um paraplégico usando um exoesqueleto), como também por se tratar de algo que transcorreu de forma não usual (apesar da expectativa, o espaço concedido ao evento foi bastante reduzido). O acontecimento adquiriu, assim, uma maior visibilidade da que teria caso tivesse transcorrido normalmente.

A animação do mascote da Copa imitando o jogador Kidiaba havia sido elaborada pela FIFA para ser exibida em todos os estádios. Ela passaria despercebida (seria algo normal e esperado, e, portanto, dificilmente receberia atenção midiática), exceto pelo fato de ter sido exibida em um estádio que pertence a um time que foi derrotado em uma final de campeonato

mundial pela equipe do jogador Kidiaba, e cujo principal rival continua a manter o assunto em pauta mesmo mais de três anos após a derrota. Assim, diante da relação, o esperado se torna inesperado, e o inusitado da situação fez com que o acontecimento seja transformado em notícia, adquirindo visibilidade midiática.

Já no meme com o goleiro da Holanda, os usuários se apropriam de uma cena inusitada e a repetem à exaustão, em diferentes montagens e remixes, em uma dinâmica própria das redes. A cena original, por si só, não suscitaria maiores desdobramentos. Mas o fato de ter sido recortada e posicionada sobre outros contextos fez com que fosse repetida à exaustão, e, ao ser repetida, recebeu visibilidade.

Essas diferenças nos acontecimentos e em suas narrativas também produzem reflexos no tipo de cobertura que pode ser observada. Enquanto nos ciberacontecimentos é possível observar uma cobertura colaborativa emergente (a partir da proposta de Malini, 2011) – é a partir das redes que o assunto passa a receber destaque da mídia tradicional – nos casos dos acontecimentos tradicionais pode-se observar uma cobertura colaborativa programada. No caso do exoesqueleto, essa programação é ainda mais visível, visto que notícias anteriores à Copa davam conta de que o chute inicial seria dado usando o exoesqueleto. No caso do viaduto, a presença massiva de veículos jornalísticos na rede analisada permite perceber o papel central dos veículos ao agendar as narrativas sobre o acontecimento.

Para além de sua visibilidade midiática, o acontecimento também se dá na sua experiência, ou seja, o acontecimento acontece a alguém (Quéré, 2005), que é afetado por seus desdobramentos. A experiência do acontecimento, nesse sentido, mobiliza campos problemáticos (Quéré, 2005) com os quais os eventos se relacionam. Nos quatro casos estudados, além do campo problemático do futebol, é possível perceber que os desdobramentos da Copa também atingem outros campos problemáticos. O exoesqueleto mobiliza pelo menos mais dois outros campos problemáticos: a ciência e a mídia. A ciência aparece como pano de fundo do acontecimento – é para mostrar avanços nas pesquisas nacionais que o pontapé inicial da Copa seria dado por um paraplégico usando um exoesqueleto. A mídia tradicional aparece como uma potencial vilã da história, ao não mostrar a cena completa na exibição da abertura da Copa. O meme com o goleiro da Holanda, por sua vez, mobiliza o campo do humor, com as piadas que são criadas e repetidas à exaustão pelos usuários. O desabamento do viaduto em Belo Horizonte está mais associado a outros campos problemáticos que não o futebol – apesar de ser uma obra da Copa, o atraso na construção e o próprio desabamento relacionam-se à corrupção e à política no país. A animação do Fuleco imitando o jogador Kidiaba aciona a rivalidade entre os times locais,

como também traz à tona a discussão sobre o uso de dispositivos móveis como segunda tela, na medida em que o uso desse tipo de aparelho permitiu que o vídeo da animação fosse compartilhado em sites de rede social, tornando o acontecimento visível para aqueles que não estavam nos estádios.

Ao observar a circulação de narrativas no Twitter, também é possível perceber que as fronteiras entre acontecimentos tradicionais e ciberacontecimentos se tornam cada vez mais borradas – na medida em que um acontecimento tradicional pode obter grande repercussão nas redes (como no caso do exoesqueleto) da mesma forma que um ciberacontecimento pode receber grande destaque na mídia tradicional (como no caso do Fuleco imitando o jogador Kidiaba, que foi destaque na mídia regional). Assim, ainda que se tenha buscado identificar exemplos de cada tipo de acontecimento, reconhece-se que as fronteiras entre as categorias estudadas são bastante fluidas em um ambiente de jornalismo em rede.

As Figuras 42, 43, 44 e 45 procuram sistematizar os eventos que antecederam e sucederam cada um dos acontecimentos tomados como recorte do trabalho. Um acontecimento não ocorre de forma isolada: ele se insere em uma historicidade (há um antes e depois) que ajudam a construí-lo (antes) e desdobrá-lo (depois).

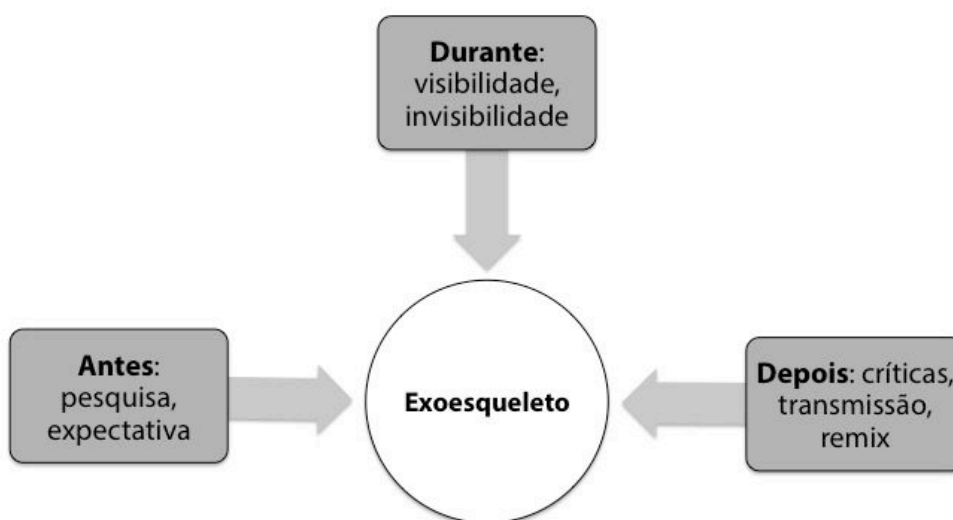


Figura 42. Eventos que antecederam e sucederam o exoesqueleto na abertura da Copa.

No esquema da Figura 42 pode-se perceber que o caso do exoesqueleto é antecedido por pelo menos dois fatores: a pesquisa científica que levou ao desenvolvimento do exoesqueleto, e a expectativa criada em torno do anúncio de que o exoesqueleto, criado com pesquisa nacional, receberia destaque na abertura da Copa. Durante o evento, o que está em

pauta é a visibilidade e a invisibilidade do acontecimento. Ainda que ele tenha sido exibido, o tempo concedido foi bastante reduzido, da mesma forma que a transmissão foi cortada pela emissora Rede Globo. Logo após o evento, outros desdobramentos podem ser percebidos, como as críticas ao acontecimento e sua (in)visibilidade (algumas dessas críticas aparecem dentre as narrativas observadas no recorte utilizado pelo presente trabalho), a transmissão posterior da cena (tanto na própria Rede Globo, como também em links para o vídeo compartilhados na internet, por usuários e pelos próprios veículos).

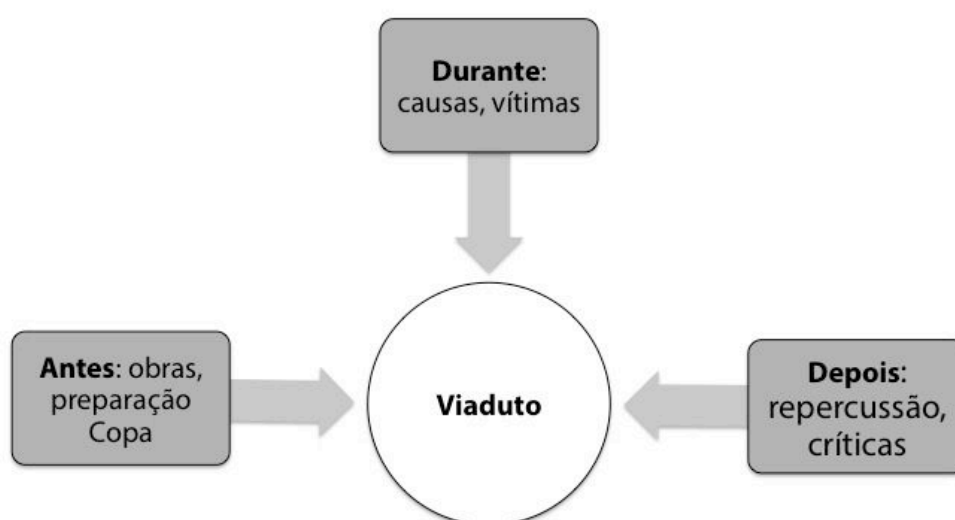


Figura 43. Eventos que antecederam e sucederam a queda do viaduto em Belo Horizonte.

Já o caso do viaduto (Figura 43) foi antecedido pelo contexto das inúmeras obras de mobilidade urbana para a Copa – muitas delas, como no caso do viaduto em Belo Horizonte, não ficaram prontas a tempo, devido a atrasos ocasionados por burocracia e outros fatores. Durante o evento, o que estava em pauta eram as causas do acidente, bem como as potenciais vítimas (mortos e feridos) que poderiam ser registradas. Após o evento, desdobramentos diversos puderam ser observados, como a repercussão do caso, considerando que a cidade era uma das cidades-sede da Copa e o viaduto que caiu passava sobre uma via utilizada para deslocamento de seleções e de torcedores a caminho do estádio, e as críticas dirigidas aos responsáveis pela obra.

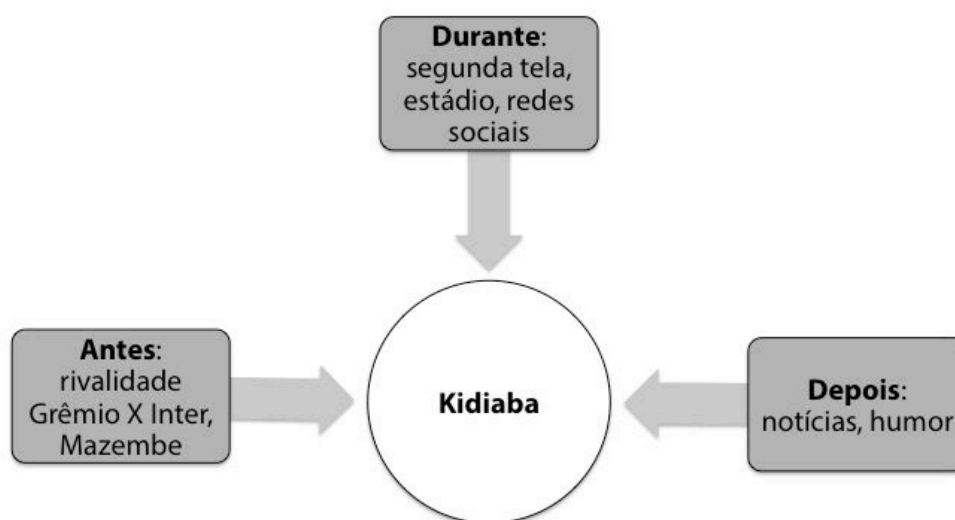


Figura 44. Eventos que antecederam e sucederam a repercussão da animação do Fuleco imitando o Kidiaba no estádio Beira Rio.

Ao observar o caso do Kidiaba (Figura 44), pode-se perceber que ele é antecedido pela rivalidade entre os times principais da cidade de Porto Alegre, Grêmio e Internacional, e pelo fato de o Internacional ter sido derrotado pelo Mazembe, equipe do jogador Kidiaba, na final do campeonato mundial de clubes em 2010. Durante o evento, são mobilizados temas como segunda tela (o fato de as pessoas frequentarem os estádios com celulares e outros dispositivos móveis contribuiu para que a animação exibida originalmente no telão do estádio obtivesse repercussão nas redes e na mídia tradicional), o próprio estádio (o que está em cena é a exibição da animação em um estádio específico, o estádio Beira Rio, utilizado na Copa mas pertencente à equipe do Internacional) e os sites de rede social usados para compartilhar relatos e críticas associadas ao evento. Após o acontecimento, o que está em pauta são notícias sobre o ocorrido (que só se tornou noticiável devido à repercussão nas redes) e as inúmeras piadas suscitadas, em especial de torcedores do Grêmio.

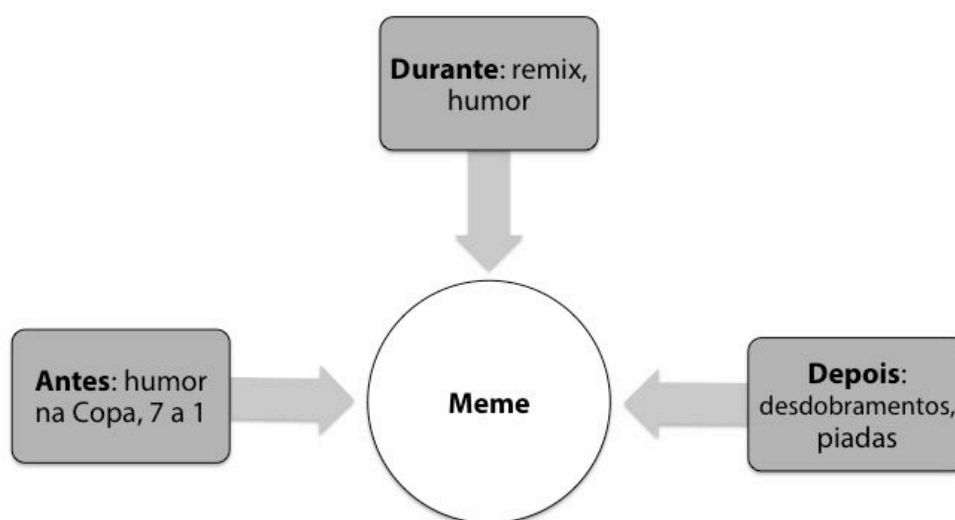


Figura 45. Eventos que antecederam e sucederam o meme com o goleiro da Holanda.

Por fim, no esquema da Figura 45, pode-se perceber que o meme com o goleiro da Holanda foi precedido pelo intenso humor suscitado pela Copa (que chegou a ser nomeada de “Copa da Zoeira” por inúmeros veículos jornalísticos – como Zero Hora¹⁸⁵, UOL¹⁸⁶, R7¹⁸⁷, Folha de S.Paulo¹⁸⁸, dentre outros – e pelo público) e também pela partida anterior, em que o Brasil perdeu de 7 a 1 para a Alemanha, o que fez com que os torcedores já estivessem predispostos a acompanhar a partida da disputa pelo terceiro lugar com a Holanda sem expectativas com relação ao desempenho do Brasil. Durante o evento, piadas e remixes foram criados em torno do acontecimento. Logo após, mais piadas surgiram, bem como notícias dando conta da repercussão do evento.

¹⁸⁵ “Copa da zoeira: 10 memes que marcaram o Mundial”, *Zero Hora*, 13 jul. 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/copa-2014/noticia/2014/07/copa-da-zoeira-10-memes-que-marcaram-o-mundial-4550521.html>>. Acesso em: 20 set. 2014.

¹⁸⁶ “A Copa das Copas também é a Copa da zoeira”, *UOL*, 27 jun. 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/06/27/a-copa-das-copas-tambem-e-a-copa-da-zoeira.htm>>. Acesso em: 20 set. 2014.

¹⁸⁷ “Relembra os memes mais engraçados da Copa da Zoeira”, *R7*, 10 ago. 2014. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/futebol/copa-do-mundo-2014/fotos/reunimos-mais-de-300-memes-engracados-da-copa-relembra-10082014#!/foto/1>>. Acesso em: 20 set. 2014.

¹⁸⁸ “#hashtag: Esta é a Copa da zoeira – e já temos a prova definitiva disso”, *Folha de S.Paulo*, 29 jun. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/06/1478398-hashtag-esta-e-a-copa-da-zoeira--e-ja-temos-a-prova-definitiva-disso.shtml>>. Acesso em: 20 set. 2014.

7.2 Relação com outros meios

Ainda que o foco do estudo tenha sido as narrativas no Twitter em torno dos acontecimentos escolhidos como recorte, devido à estrutura do jornalismo em rede, é impossível não levar em consideração outros meios e outros sites na composição dessas narrativas.

Assim, o encadeamento midiático (Primo, 2008) e as fronteiras borradas entre os veículos podem ser percebidas em situações como no caso do exoesqueleto, em que a insatisfação com a não transmissão ao vivo da cena do chute com o exoesqueleto pelo canal TV Globo fez com que o assunto fosse repercutido nas redes, ao ponto de a emissora voltar atrás e exibir a cena horas mais tarde, repetidas vezes, pedindo desculpas pelo ocorrido¹⁸⁹. Talvez o assunto não fosse receber a repercussão que teve caso a emissora tivesse mostrado e destacado a cena ao vivo, o que reforça ainda mais o encadeamento entre os meios.

O meme com o goleiro da Holanda também é fruto de uma relação entre diferentes meios. Ele está relacionado ao uso do Twitter como segunda tela (Coca & Mendonça, 2013). Assim, mesmo que a coleta tenha sido realizada ainda durante a partida, aqueles que estavam assistindo e ao mesmo tempo acompanhando o Twitter puderam participar e compartilhar a brincadeira com a imagem do goleiro.

A animação do Fuleco imitando o Kidiaba também pode ser associada a uma relação de segunda “tela” (neste caso, o telão do estádio onde foi transmitida a animação seria uma das telas). As imagens captadas pelos torcedores que estavam no estádio e postadas no Instagram só se tornaram possíveis porque os torcedores foram ao estádio com celulares conectados à internet. O caso também se relaciona com outros meios devido à diversidade de plataformas em que atuam os veículos mencionados como nós centrais da rede no Twitter, de jornais impressos a emissoras de rádio, passando por programas e emissoras de televisão.

Assim, mesmo que o foco desta pesquisa sejam as narrativas no Twitter, circunscritas em determinados espaços temporais e palavras-chave específicas, é impossível não levar em consideração o entorno. Essas características do acontecimento em relação a outros acontecimentos ilustram o quão complexo pode ser um cenário de jornalismo em rede, com diferentes atores atuando como nós no processo de circulação de informações. Mesmo que um único meio tenha sido analisado (Twitter), essas narrativas se espalham por diversos meios. A

¹⁸⁹ “Com ajuda de exoesqueleto, um paraplégico deu o primeiro chute na Copa do Mundo, mas quase ninguém viu”, *Tecnoblog*, 12 jun. 2014. Disponível em: <<http://tecnoblog.net/158327/exoesqueleto-paraplegico-primeiro-chute-copa-do-mundo-quase-ninguem-viu/>>. Acesso em: 31 jul. 2014.

cada *tweet* ou retweet, o acontecimento é ressignificado, sendo dotado de novos sentidos e apropriações.

7.3 Participação na circulação

Uma das premissas sendo exploradas neste trabalho é a de que a circulação seria uma etapa bastante participativa do processo jornalístico, na medida em que não necessariamente se depende de aprovação ou de autorização do veículo jornalístico para “participar”. O custo para participar da circulação, ao menos nas redes, é próximo a zero (requer apenas a infraestrutura de conexão à internet). Mesmo assim, ao retuitar uma notícia ou fazer um comentário sobre um acontecimento em seu *newsfeed* no Facebook, um usuário comum contribui para o espalhamento da informação (Jenkins, Ford & Green, 2013). Outras pessoas poderão tomar conhecimento de que algo ocorreu através desses compartilhamentos e comentários, contribuindo para a visibilidade das notícias (Zago & Bastos, 2013) – e, por consequência, para a potencialização da circulação jornalística (Zago, 2011a). Circulação e recirculação vão além da mera transmissão de conteúdo, gerando, assim, ressignificações.

Nesse contexto, as narrativas no Twitter em torno dos acontecimentos são participativas em sua constituição, na medida em que a rede de retweets e menções permite expandir o alcance de uma notícia ou comentário. Essa possibilidade de participação na circulação decorre de um contexto de fronteiras borradas entre produção e consumo (Bruns, 2008; Santaella, 2007), em que o acesso aos meios de produção e compartilhamento de conteúdos é facilitado (Lemos, 2005). Ao reunir os meios, motivos e oportunidade para criar e compartilhar (Shirky, 2010), a internet e os meios digitais propiciam a participação dos usuários, que, ao invés de apenas assistirem passivamente aos jogos na televisão e acompanhar a cobertura feita pela mídia tradicional, podem também ajudar a construir os próprios acontecimentos associados à Copa ao narrarem de diversas formas esses acontecimentos nas redes. Mesmo o ato mais simples de retuitar uma informação postada por outra pessoa contribui para a repercussão de um assunto, que se tornará visível em mais *timelines* do que seria se fosse apenas postado por um único perfil.

Entretanto, ainda que a participação seja facilitada pela liberação do polo da emissão (Lemos, 2005), ela também acontecia antes. Um grupo de amigos poderia se reunir para assistir aos jogos da Copa, por exemplo, e trocar comentários sobre as partidas. Seria possível até mesmo criar panfletos ou fanzines e distribuir na vizinhança, ou mandar informações por outras vias para serem publicadas em um jornal impresso. O diferencial por conta dos sites de rede social é que essa criação e compartilhamento de conteúdos se dá de forma facilitada,

numa escala global, de forma rápida, e, muitas vezes, no mesmo meio e com os mesmos recursos que aqueles usados pelos veículos jornalísticos. Mesmo um usuário com poucos seguidores no Twitter, por exemplo, pode conseguir adquirir uma grande visibilidade através de retweets.

A participação no jornalismo já era possível, nas cartas dos leitores (Silva, 2005), na quarta página em branco dos jornais (Hermida, 2010), e até mesmo na participação através de outros meios (Cajazeira, 2013), como ao participar pelo telefone de um programa de rádio. A internet, de certa forma, potencializa essa participação, ao permitir que os usuários participem em alguns casos no mesmo meio (quando a notícia se origina nas redes), ou com visibilidade similar à dos veículos jornalísticos. A circulação dessas práticas de participação do público não fica restrita a poucas pessoas (como na quarta página em branco dos jornais), nem a um filtro prévio realizado pelos veículos (como nas cartas dos leitores). O usuário pode participar, de inúmeras formas, em todas as etapas do processo jornalístico, e suas práticas de recirculação de conteúdo se tornam visíveis. Essa visibilidade pode se dar para uma audiência invisível (boyd, 2007), diante da possibilidade de buscar e recuperar conteúdos postados por outros usuários nos sites de rede social.

Se antes da internet a circulação jornalística era pensada apenas como os canais pelos quais os jornais distribuía seus conteúdos (Thorn & Pfeil, 1987), atualmente a circulação pode ser vista como um processo mais complexo, que ocorre tanto de cima para baixo quanto de baixo para cima (Machado, 2008), na medida em que, além de abranger a distribuição do conteúdo por canais tradicionais, também envolve a circulação por outros meios (sites de rede social, aplicativos) e também por outros agentes (usuários, *feeds*) que participam dessa circulação e contribuem para potencializá-la. Em paralelo às estruturas referenciais e aos mecanismos de difusão do próprio veículo, é possível observar uma participação do público através de mecanismos de retroalimentação (Schwingel & Correa, 2013).

Com a possibilidade de participação na circulação, o próprio consumo é modificado. Como afirmam Anderson, Bell e Shirky (2012), em um contexto de jornalismo pós-industrial, o consumo se torna pulverizado, na medida em que pode ocorrer a partir de postagens feitas por diferentes atores em sites de rede social ao colocar em recirculação conteúdos jornalísticos. Mesmo que não se esteja ativamente buscando por notícias, narrativas de acontecimentos postadas por sua rede de amigos podem servir de ponto de partida para tomar conhecimento de um fato (Mitchell & Page, 2014).

A participação na circulação, assim, pode trazer modificações em todas as etapas do processo jornalístico. A repercussão de um assunto pode se transformar numa nova notícia

(apuração). Fragmentos e narrativas dos usuários podem ajudar a compor os produtos criados pelos jornais (produção). Com a participação, não apenas os veículos jornalísticos podem fazer circular conteúdos (circulação), outros atores também entram em cena (recirculação). Diante das múltiplas narrativas criadas pelo público nos sites de rede social, surgem novas formas de acesso às informações (consumo).

A Figura 46 procura situar os acontecimentos estudados em uma matriz, conforme o acontecimento esteja situado mais para o lado da esfera do público ou para a esfera dos veículos (eixo y), ou mais para a esfera social ou para a esfera do processo jornalístico (eixo x). Essas esferas estão relacionadas à Figura 24, que procura situar as etapas do processo jornalístico em relação à vida social.

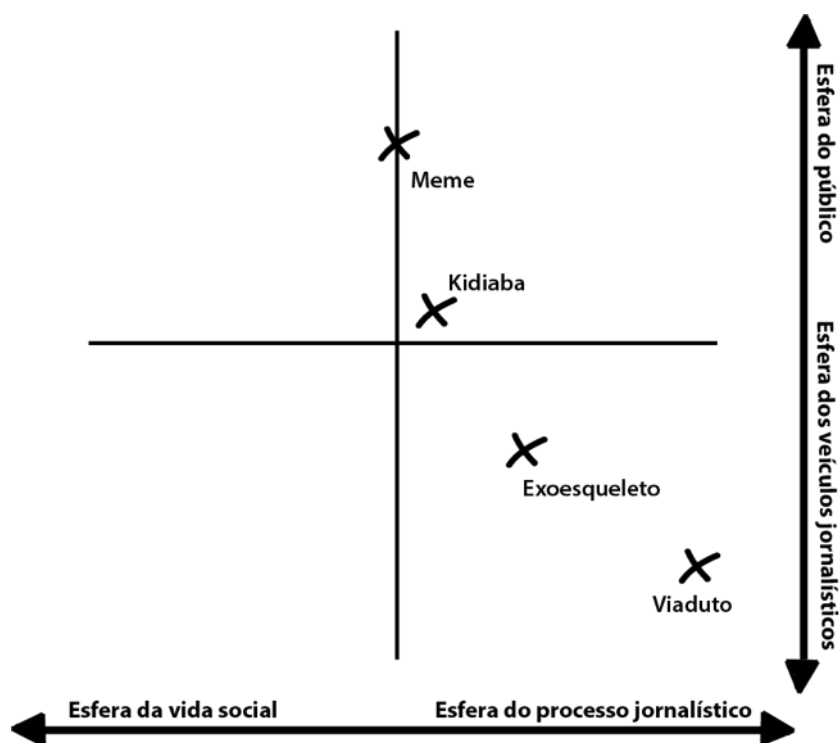


Figura 46. Matriz de localização dos acontecimentos estudados dentro da esfera do jornalismo.

A Figura 46 permite perceber que, enquanto a queda do viaduto pode ser considerado um acontecimento situado dentro da esfera do jornalismo, e pertencente à alçada dos veículos, o meme com o goleiro da Holanda estaria situado no meio do caminho entre a esfera do processo jornalístico e a esfera social, mais associado à participação do público do que aos veículos. A repercussão da animação com o Fuleco imitando o Kidiaba estaria situada ligeiramente mais para a esfera do público que dos veículos, e mais próximo à esfera social. O exoesqueleto na abertura da Copa, por sua vez, estaria situado na esfera dos veículos

jornalísticos, ainda que bastante próximo da esfera do público, um pouco mais para a esfera do processo jornalístico do que da esfera social.

De acordo com a matriz proposta, os eventos cotidianos que não se transformam em acontecimento jornalístico estariam situados na esfera da vida social, do lado esquerdo do gráfico, ao passo que os eventos que são alçados à categoria de acontecimentos jornalísticos ingressariam na esfera do processo jornalístico, do lado direito do grafo. Nesse sentido, o caso do meme com o goleiro da Holanda estaria situado entre essas duas esferas, na medida em que, embora se trate de uma brincadeira criada em sites de rede social, alguns veículos jornalísticos noticiaram a repercussão do mesmo, fazendo com que este ingressasse na esfera do processo jornalístico.

7.4 Nós centrais

Também se buscou identificar os grupos de usuários que mais participam da circulação das narrativas no Twitter a partir do mapeamento dos 10 usuários que mais receberam menções ou retweets em cada rede (Tabela 1, Tabela 3, Tabela 5 e Tabela 7). Uma observação de tais redes permite inferir algumas características sobre os grupos de usuários que mais participam da circulação de narrativas em torno de cada um dos tipos de acontecimentos estudados. Cabe ressaltar, entretanto, que os resultados são específicos para os acontecimentos estudados e podem não ser generalizáveis para outros contextos. Diferentemente do estudo de Smith et al (2014b) que analisou milhares de redes de conversação para sistematizar as estruturas mais típicas, aqui o objetivo foi qualitativo e buscou-se aprofundar o estudo de cada um dos acontecimentos isoladamente. Uma outra diferença notável em relação ao estudo citado anteriormente diz respeito ao fato de que no presente trabalho busca-se estudar especificamente redes no contexto do jornalismo, ao passo que o trabalho de Smith et al (2014b) procurou traçar um panorama geral de como diferentes tipos de narrativas (notícias, humor, relacionamento com empresas) são construídas no Twitter.

Feita a ressalva, é possível identificar algumas recorrências nos recortes estudados. Por exemplo, acontecimentos tradicionais tendem a reunir mais veículos jornalísticos entre os usuários com maior número de menções e retweets (como no caso do viaduto ou do exoesqueleto). Dependendo do tipo de acontecimento que está sendo narrado, é possível observar um grande número de menções aos personagens das notícias (como no caso do exoesqueleto). Também se observam alguns usuários comuns nesse cenário, ainda que raros, e muitas vezes tuitando com links para jornais (como no caso do viaduto). O caso do meme

com o goleiro da Holanda é particular, na medida em que a coleta foi feita ainda enquanto o evento se desenrolava. De qualquer modo, é interessante notar que todos os usuários que aparecem ali, mesmo que não sejam vinculados diretamente ao jornalismo, possuem um alto número de seguidores – o que traz indícios de que a popularidade de um perfil também contribui para uma maior repercussão.

Mesmo assim, é preciso ter em mente o que Cha et al (2010) chamaram de “a falácia de um milhão de seguidores”. Embora o número de seguidores possa ser um indicador de popularidade de um perfil, ele diz pouco ou nada sobre a influência do usuário. A influência, conforme Cha et al (2010) identificaram, pode ser circunstancial (em um determinado caso, um usuário é altamente retuitado ou mencionado – nessa situação, mede-se o valor de um *tweet*), ou atuar em nichos específicos (um perfil de um veículo esportivo pode ter influência quando tratar de temas esportivos, mas não ao tratar de outros temas – nessa situação, mede-se o valor de um usuário em um determinado contexto).

Do mesmo modo, também é possível perceber que os nós centrais nos casos estudados são mutáveis. Alguns veículos podem se destacar na cobertura de determinados acontecimentos, mas mal aparecer em outros. Como exemplo, o @canalglobonews aparece na rede em torno do viaduto em Belo Horizonte. No momento da coleta, a emissora estava realizando a cobertura ao vivo do evento, o que pode ter contribuído para sua visibilidade no Twitter. O @G1 também aparece com um dos nós centrais. Ambos os veículos pertencem a um mesmo conglomerado de comunicação, do qual também faz parte a TV Globo. A @rede_globo aparece como um dos nós centrais na rede do exoesqueleto, porém não como autora de *tweets*, e sim como protagonista / personagem da história. Já na rede em torno da animação Fuleco exibida no Beira Rio o destaque fica para perfis de veículos jornalísticos regionais, circunscritos ao estado do Rio Grande do Sul, à exceção da Folha de S.Paulo, um dos poucos veículos com abrangência nacional a noticiar o fato.

A @rede_globo não foi a única a figurar como personagem da história. O próprio pesquisador @MiguelNicolelis aparece como um dos nós centrais da rede das narrativas em torno do exoesqueleto. O fato de o pesquisador usar Twitter contribuiu para que fosse mencionado ao tratar da temática do exoesqueleto. Esse padrão também pôde ser observado em outras redes. Por exemplo, nas narrativas em torno da presença / ausência da cantora Jennifer Lopez na abertura da Copa¹⁹⁰, o perfil da cantora é mencionado em inúmeros *tweets*. Essa estratégia de mencionar os personagens e fontes da notícia no Twitter serve tanto para

¹⁹⁰ O caso se refere a dois conjuntos de dados dentre os que foram coletados e considerados para a tese (ver Apêndice A), ainda que não tenham sido estudados a fundo no presente trabalho.

identificar quem são esses atores como também como uma forma de economizar espaço – ao invés de explicar quem são as pessoas, ou incluir o nome completo, é possível fazer menção a uma @, e, aqueles interessados, podem acessar o link e obter mais informações sobre o personagem em questão.

Assim, pode-se observar que os nós centrais (ao menos tendo como medida o *indegree*, e dentro dos recortes considerados) variam conforme o tipo de acontecimento, podendo abranger veículos, personagens da notícia (fontes) e usuários comuns.

7.5 Tipos de conteúdos postos em circulação

Os tipos de conteúdo postos em circulação pelos usuários variam conforme o tipo de acontecimento. Ainda que o foco do presente estudo não tenha sido fazer uma análise de conteúdo dessas mensagens, foi possível identificar alguns padrões em termos de conteúdos postos em circulação.

Assim, nos dois acontecimentos tradicionais estudados predominaram retweets a veículos jornalísticos (filtro de notícia). Também é possível identificar alguns comentários, como no caso do *tweet* do usuário @trasel, que recebeu 738 retweets na rede de narrativas em torno do exoesqueleto (Figura 47).



Figura 47. Comentário de usuário sobre o exoesqueleto.
 Fonte: <https://twitter.com/trasel/status/477161760236265472>

Nesse caso, o comentário ganha visibilidade a partir de retweets à postagem original do autor.

A situação é ligeiramente diferente dentre os ciberacontecimentos estudados. Também há predomínio de comentário no caso do meme com o goleiro da Holanda, em que inúmeras piadas e remixes de imagem circularam na rede mapeada. Mesmo assim, o comentário se mistura com o filtro, na medida em que a propagação da piada depende de retweets, que são, por sua vez, reproduções do *tweet* sem alterar o conteúdo (filtro), como no exemplo a seguir.

RT @bethmoreno: Mais ociosa do que o goleiro da Holanda.
<http://t.co/Adk0tyGHVL>¹⁹¹

As narrativas em torno da animação do Fuleco no estádio Beira Rio também possuem uma presença acentuada de comentários – principalmente de torcedores do time rival da casa.

Essa do Fuleco imitando o Kidiaba nem o mais corneteiro e secador esperava.

Mas também há mensagens de filtro, reproduzindo os *tweets* com chamadas publicadas originalmente pelos veículos.

RT @globoesporters: Fuleco "imita" Kidiaba em gol da Holanda e gera piadas na internet: <http://t.co/t8L2W2K8jJ> <http://t.co/FFm9gB2nr5>

O meme com o goleiro da Holanda está associado, também, a um tipo específico de produção das redes: os remixes de imagens. Ao justapor uma cena sobre outra, criam-se novas imagens remixadas que são uma combinação de elementos. Há uma colagem (Lessig, 2008), mas de forma integrada (Leão, 2012), sem que seja possível identificar os elementos que compõem a mistura (Bastos, 2007). As criações dos usuários relacionam-se com o acontecimento original na medida em que trazem um elemento visual que remete a ele (como no caso da cena do goleiro encostado na trave). Porém essa imagem é desprendida de seu contexto original, e, ao ser acrescida a outros contextos, gera novos significados para a narrativa.

Uma característica das redes é a possibilidade de o remix circular desprendido de seu contexto. Alguém que veja apenas o remix pode não entender, de imediato, o contexto do qual ele faz parte: perde-se a referência do que foi remixado. Essa criação e circulação de remixes se impõe, assim, como um dos desafios do jornalismo contemporâneo, na tentativa de situá-los em um contexto mais amplo. Exemplo disso são as notícias de veículos jornalísticos abordando o meme com o goleiro da Holanda – buscando explicá-lo e ao mesmo tempo incluindo alguns exemplos de remixes criados e postados nas redes.

7.6 Estruturas e dinâmicas de redes

Em termos estruturais, as redes analisadas no presente estudo são ligeiramente diferentes. Contrapondo as redes encontradas com os modelos identificados por Smith et al (2014b), é possível situar duas das redes como *clusters* de marca, com participantes bastante

¹⁹¹ O link aponta para uma montagem do goleiro sentado na trave fumando um cigarro.

desconectados entre si: o caso do exoesqueleto e o caso da animação do Fuleco imitando o Kidiaba. Essas duas redes também possuem características de *clusters* de comunidade, na medida em que se formam *clusters* em torno de veículos jornalísticos específicos. A rede de narrativas em torno do meme com o goleiro da Holanda também possui elementos que remetem a um *cluster* de comunidade, na medida em que há um grupo de usuários que aparecem como aqueles com maior *indegree*. Já a rede das narrativas em torno do desabamento do viaduto assume características de uma rede de transmissão, na medida em que vários usuários estão conectado a alguns poucos *hubs* principais representando veículos jornalísticos.

Ao mapear as narrativas em torno dos acontecimentos, também foi possível perceber que as redes dos recortes, em geral, são pouco densas. Isso traz indícios de que, embora haja pouca conversa entre os atores (traduzida na baixa interconexão entre os participantes), há uma intensa circulação de informações.

Um outro elemento levado em consideração foi a atuação dos usuários como *hubs* e como pontes. Enquanto em dois casos esses papéis parecem coincidir parcialmente (nos casos do viaduto e do meme com o goleiro da Holanda), em dois outros casos (exoesqueleto e Kidiaba) o papel de ponte é exercido por outros usuários, devido ao seu *outdegree* e seu papel importante através do qual, ao mencionar mais de um usuário em seus *tweets*, contribuem para conectar grupos de usuários que de outra maneira estariam desconectados. O usuário que atua como ponte se coloca no meio do caminho entre outros nós da rede. “Esse ‘ator no meio’, aquele entre outros, tem algum controle sobre os caminhos no grafo” (Wasserman & Faust, 1999, p.188, tradução nossa)¹⁹². Esse controle da comunicação se dá por prover acesso ou não a determinadas informações para seus contatos, interconectando a rede.

As redes aqui analisadas envolvem a formação de públicos *ad hoc* (Bruns & Burgess, 2011) em torno dos acontecimentos. Bruns e Burgess (2011) discutem a formação de públicos *ad hoc* especialmente em torno de hashtags criadas espontaneamente pelos usuários, sem imposição de uma autoridade central, para a cobertura de eventos.

Nesse sentido, ainda que não tenham sido observadas a partir de hashtags, as redes analisadas se formam espontaneamente em torno do assunto, sem comum acordo entre os usuários ou imposição de uma autoridade central, a partir da combinação de narrativas isoladas sobre o acontecimento. A formação da rede, assim, é influenciada por diversos fatores externos ao acontecimento, como quem está online no momento do evento, o quão

¹⁹² Tradução de: “This ‘actor in the middle’, the one between the others, has some control over paths in the graph” (p.188).

veloz os veículos jornalísticos são na elaboração de matérias sobre o caso, e até mesmo o quanto repercute o assunto discutido. Assim como a formação se dá de forma *ad hoc*, a dissolução dessas redes também acontece de forma espontânea, à medida em que o assunto vai deixando de ser discutido. Outros elementos podem contribuir para que um assunto volte à tona, fazendo com que sua temporalidade seja alongada e sua rede possa ser observada no tempo.

Ainda que o foco do trabalho tenha sido observar a estrutura da rede – a partir de um recorte temporal específico que “congela” a rede em um determinado momento no tempo – também é possível identificar alguns aspectos associados às dinâmicas das redes.

As práticas de retweet representam um terreno fértil para observar esse tipo de configuração. Em uma economia do retweet (Recuero & Zago, 2012), considera-se que retuitar alguém confere visibilidade a esse ator (que será exibido para os seguidores daquele que retuita). Assim, o retweet se torna uma moeda de troca (Recuero & Zago, 2012), na medida em que envolve escolhas em termos de escassez (o espaço reduzido de um *tweet* impede que se credite todos os intermediários da mensagem, por exemplo) e visibilidade (ao fazer o retweet, a foto ou um link para o perfil do usuário retuitado é repassado junto à mensagem). Nesse sentido, é possível observar uma competição por visibilidade entre os atores envolvidos – ser o primeiro a noticiar ou reproduzir um fato pode representar uma forma de obter visibilidade na rede.

Outra dinâmica bastante presente é a propagação de memes, como no caso do goleiro da Holanda. Os três elementos para configuração de um meme (Dawkins, 2007) estão presentes. A longevidade aparece no fato de os remixes continuarem a serem replicados mesmo após a partida, no próprio Twitter, em outras redes e em sites de notícia. A fecundidade está presente na medida em que a imagem do goleiro pode ser sobreposta a diferentes cenários, o que leva à criação de inúmeras versões do meme. Já a fidelidade das cópias é assegurada pela possibilidade de reproduzir conteúdos através de retweets, e também em outros espaços, ao colocar em circulação as imagens remixadas.

Também é possível observar dinâmicas específicas associadas à circulação de narrativas de cada tipo de acontecimento. Assim, no caso do exoesqueleto, podemos observar uma combinação de cooperação e conflito (cooperação buscando dar visibilidade ao caso, ao mesmo tempo em que há o conflito do pouco espaço concedido e da insatisfação com a não transmissão). No caso do viaduto, há uma cooperação no sentido de dar visibilidade ao caso, ainda que o acontecimento ainda esteja se desenrolando. Essa insistência na visibilidade pode ser percebida pela presença de hashtags como #URGENTE no recorte analisado. No caso da

animação do Fuleco imitando o Kidiaba, as narrativas postas em circulação apontam para competição (ressaltando a rivalidade entre os times da cidade onde está localizado o estádio). Por fim, o caso do meme com o goleiro da Holanda, aponta tanto para um cenário de cooperação (na criação de imagens remixadas a partir de uma mesma imagem original) quanto para um cenário de propagação de memes. Também pode ser observada uma competição por visibilidade, a partir da resposta à convocação da @KICKTV para um “concurso de Photoshop” com a imagem do jogador (Figura 39).

7.7 Especificidades da circulação jornalística nos sites de rede social

A circulação jornalística nos sites de rede social possui algumas especificidades, associadas às características dos meios (Zago, 2013c) e também às apropriações dos usuários (Zago 2013a, 2013b).

Uma dessas especificidades diz respeito à possibilidade de criação e propagação de remixes desprendidos de seu contexto. Em sites de rede social como o Twitter em que o espaço para publicar uma mensagem é reduzido (até 140 caracteres, no caso do Twitter), as (re)criações dos usuários podem acabar recirculando sem o contexto do qual fazem parte. Por conta disso, muitas dessas criações se tornam difíceis de serem rastreadas – por exemplo, além das imagens identificadas a partir da coleta com os termos “goleiro” e “Holanda”, muitas outras postagens deixaram de ser captadas por não utilizarem esses termos, ou por postarem apenas o link para a imagem, sem texto.

Um exemplo das diferentes formas de circulação de narrativas de um mesmo acontecimento pode ser visto nas manchetes abaixo, referentes ao mesmo tema, porém veiculadas em veículos jornalísticos diferentes:

Hackers invadem Twitter da PF e postam falsa ameaça de bomba no Mineirão¹⁹³

Conta da PF no Twitter é invadida com post sobre falsa ameaça de bomba¹⁹⁴

Ainda que alguns elementos coincidam entre as manchetes (como se referir à Polícia Federal como PF, ou falar em falsa ameaça de bomba), alguns dos termos usados para se referir ao evento são diferentes (no primeiro caso, fala-se em hackers; no segundo, em

¹⁹³ “Hackers invadem Twitter da PF e postam falsa ameaça de bomba no Mineirão”, *O Globo*, 28 jun. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/hackers-invadem-twitter-da-pf-postam-falsa-ameaca-de-bomba-no-mineirao-1-13060576>>. Acesso em: 25 ago. 2014.

¹⁹⁴ “Conta da PF no Twitter é invadida com post sobre falsa ameaça de bomba”, Agência Brasil, 28 jun. 2014. Disponível em: <<http://agenciabrasil.etc.com.br/geral/noticia/2014-06/contada-pf-no-twitter-e-invadida-e-post-sobre-ameaca-de-bomba-e-publicado>>. Acesso em: 25 ago. 2014.

invasão, no primeiro caso, a invasão ocorre no “Twitter da PF”, no segundo, o problema é na “Conta da PF”). Nesse sentido, devido ao reduzido espaço para atualizações de veículos no Twitter, é preciso escolher que palavras utilizar. Os termos utilizados pelos veículos acabam influenciando as coletas. Assim, uma busca pelos termos “hackers PF bomba” retornaria como um de seus resultados a primeira chamada, mas não a segunda.

Uma outra especificidade dos sites de rede social diz respeito ao custo baixo (em termos de tempo e dinheiro) para repassar uma mensagem. Há botões que facilitam essa prática de compartilhamento – como no caso do retweet no Twitter e do compartilhar no Facebook (Zago, 2013c) – e apropriações típicas para referenciar os autores em práticas mais elaboradas de reprodução (como no retweet manual, ou na possibilidade de marcar outros usuários numa postagem do Facebook). Assim, além de permitir facilmente reproduzir algo, os sites de rede social também facilitam a indicação da origem da informação, tanto a origem imediata (quem repassou a mensagem por último) quanto a origem remota (o autor original do texto).

Os sites de rede social também propiciam que múltiplos atores participem da circulação simultaneamente. Enquanto no passado era possível emprestar uma cópia do jornal impresso para outra pessoa ou, mais recentemente, enviar sugestão de notícias por e-mail, os sites de rede social permitem que múltiplos atores participem do processo de circulação de uma notícia em um mesmo espaço público mediado.

Devido a essa multiplicidade de atores, os sites de rede social também propiciam o surgimento de papéis circunstanciais – um veículo pode ser o principal nó para um determinado acontecimento, mas não necessariamente para outros. Mesmo assim, ainda é possível perceber um papel proeminente da mídia tradicional, que continua sendo referenciada como a principal fonte, ao menos na circulação de narrativas em torno de acontecimentos tradicionais. Apesar de toda a abertura para a participação, a mídia tradicional ainda é central na circulação de narrativas sobre acontecimentos. Seu papel, ao invés de ser apagado, ganha força com a recirculação, com uma função de legitimadora dos acontecimentos jornalísticos (Recuero, 2011).

7.8 Ressignificações do acontecimento em rede

Mais do que propiciar um espaço para a circulação de narrativas sobre os acontecimentos, os sites de rede social podem fazer com que a própria natureza do acontecimento se altere. Segundo Henn, Höehr e Berwanger (2012, p.102), “Cada situação midiática transforma um pouco a natureza do acontecimento que passa a conter, nele próprio,

as dinâmicas dos meios em que se engendra”. Nesse sentido, o fato de essas narrativas passarem pelo Twitter também pode contribuir para produzir ressignificações no próprio acontecimento.

Um exemplo pode ser dado com o caso do exoesqueleto na abertura da Copa. Um acontecimento originalmente esperado – o chute de um paraplégico com um exoesqueleto na abertura da Copa – transcorreu de forma diferente do esperado. Ao não atingir as expectativas, suscitou uma grande comoção nas redes e isso intensificou e transformou o acontecimento. A repercussão nas redes fez com que uma emissora de televisão – a Rede Globo – voltasse atrás e transmitisse a cena. Talvez sem Twitter e Facebook não fosse possível “medir” em tempo real o assunto ao ponto de transmitir a cena poucos minutos depois de quando deveria ter entrado no ar ao vivo.

No caso do viaduto, ainda que o Twitter não tenha interferido diretamente no desenrolar do evento, o site serviu como uma forma de ampliar a repercussão do tema. Muitas das fotos e vídeos divulgados pela mídia tradicional foram, originalmente, produzidos por pessoas que estavam no local do acidente no momento da queda, mas tiveram sua circulação potencializada a partir dos veículos.

No caso de ciberacontecimentos, essa transformação do acontecimento em função das redes é ainda mais perceptível. A animação do Fuleco no estádio Beira Rio talvez fosse ficar restrita a quem estava no estádio não fosse a presença ubíqua dos dispositivos móveis e da conexão generalizada. Já o exemplo do meme com o goleiro da Holanda é ainda mais emblemático – o próprio acontecimento não existiria não fosse o ambiente digital e o suporte da redes. Ainda que alguém pudesse fazer uma colagem manual com as cenas, essa montagem teria uma circulação restrita àqueles que tivessem acesso a ela. Mais do que permitir criar, as redes propiciam ferramentas de circulação ao acesso de todos.

A partir dos casos estudados, o acontecimento em rede pode ser definido como um acontecimento situado em um cenário de jornalismo em rede. Trata-se de um acontecimento que é moldado e transformado a partir da possibilidade de participação do público na circulação e recirculação de narrativas sobre o mesmo.

O Quadro 4 procura sistematizar algumas características encontradas nos casos aqui estudados, fornecendo elementos para compreender e comparar os quatro acontecimentos em rede em conjunto.

Caso estudado	Exoesqueleto	Viaduto	Kidiaba	Meme
Tipo de acontecimento	Acontecimento tradicional esperado	Acontecimento tradicional inesperado	Ciberacontecimento com repercussão nas redes	Ciberacontecimento com origem nas redes
Momento da coleta	Poucas horas depois do evento	Poucas horas depois do evento	Dias depois do evento	Durante o evento
Nós centrais	Veículos jornalísticos, personagens do acontecimento, comentaristas e blogs esportivos	Veículos jornalísticos	Veículos jornalísticos regionais, torcedores do time rival	Perfis de humor
Estrutura da rede	Vários nós desconectados, alguns <i>clusters</i>	Poucos <i>clusters</i> maiores	<i>Clusters</i> menores, mais nós desconectados	Poucos nós desconectados, vários <i>clusters</i>
Dinâmicas observadas	Cooperação e conflito	Cooperação	Competição, propagação de memes	Cooperação, propagação de memes, competição
Modelo de rede	<i>Cluster</i> de marca, <i>cluster</i> de comunidade	Rede de transmissão	<i>Cluster</i> de marca, <i>cluster</i> de comunidade	<i>Cluster</i> de comunidade

Quadro 4. Sistematização das características encontradas nos casos estudados.

Ao observar o Quadro 4, podemos perceber algumas características dos tipos de acontecimentos estudados. Embora alguns elementos se repitam (mais de um tipo de rede possui veículos jornalísticos como nós centrais, por exemplo), algumas diferenças são notáveis, e podem trazer indícios de que acontecimentos de natureza diferente circulem de forma diferente nos sites de rede social. Por exemplo, o próprio modelo de rede observado (a partir de Smith et al, 2014b) varia conforme o caso estudado. A sistematização também aponta para dinâmicas diferentes, que podem produzir transformações diversas a cada acontecimento. Ao circular, o acontecimento também se transforma.

O acontecimento em rede aparece como um campo de estudos a ser explorado, a partir de suas particularidades e especificidades diante da possibilidade de participação do público na circulação jornalística. Esse acontecimento deve ser compreendido em um cenário de jornalismo em rede, em que o próprio jornalismo passa por modificações em suas rotinas e processos.

7.9 Jornalismo em rede

As múltiplas narrativas que circulam em torno de um acontecimento jornalístico contribuem para a construção do que se entende como jornalismo em rede (Heinrich, 2011; Russell, 2011). Mais do que considerar apenas o que o jornal produz em seus veículos tradicionais, a proposta também busca incluir, como aspectos importantes de serem estudados no processo jornalístico, outros elementos que pairam em torno dos acontecimentos (como retweets, curtidas, comentários e remixes). Ao compartilhar ou comentar uma notícia, o público está contribuindo tanto para o espalhamento da informação (Jenkins, Ford & Green, 2013) quanto para determinar a visibilidade das notícias e dos acontecimentos (Zago & Bastos, 2013).

Ao estudar redes de circulação de narrativas de acontecimentos relacionados à Copa, foi possível perceber como ocorre, na prática, esse cenário de jornalismo em rede. Os quatro casos aqui estudados, ainda que limitados em termos de representatividade, já demonstram algumas dessas propriedades do jornalismo em rede. Como exemplo, pode-se citar o caso do exoesqueleto, que demonstrou um entrelaçamento entre diferentes mídias e esferas – desde Twitter até televisão, passando por jornais online; desde veículos jornalísticos até a participação do público. Em um contexto de jornalismo em rede, estudar apenas um meio se torna tarefa praticamente impossível. É por isso que esse trabalho optou por estudar as narrativas *a partir* do Twitter, incluindo, também, desdobramentos do fato a partir dos links presentes nos *tweets*. Com isso, foi possível perceber que mesmo que a circulação seja observada a partir de um único suporte, ela se espalha por outros canais. Como afirmam os autores Jenkins, Ford e Green (2013) no título de seu livro¹⁹⁵, a mídia é *espalhável*.

Assim, na perspectiva do jornalismo em rede, torna-se praticamente impossível estudar um único meio ou veículo isoladamente. Os conteúdos se espalham (Jenkins, Ford & Green, 2013) pela circulação e pela recirculação e, ao se espalhar, se reconfiguram. Mesmo uma tese sobre Twitter envolveu analisar também outros sites de rede social (como Facebook e Instagram) bem como outros meios de comunicação (como televisão e rádio) e outros sites (como blogs e sites de notícias).

As propriedades estruturais das redes (como grau de conexão dos usuários, modularidade e componentes conectados) trazem pistas para compreender como se dá essa relação entre diferentes nós que compõem a rede do jornalismo em rede. Alguns atores atuam como pontes, interligando os diferentes *hubs* e *clusters* formados em torno dos nós centrais

¹⁹⁵ Levando em consideração o título em inglês (*Spreadable Media*). Na edição em português, o livro recebeu uma tradução diferente: *Mídia propagável* (Jenkins, Green & Ford, 2014).

estudados. De um lado, os usuários que atuam como pontes contribuem para interconectar a rede. De outro, os usuários com maior grau de conexão *indegree* representam aqueles nós mais referenciados como fonte da informação narrada no *tweet*. Tanto *hubs* quanto pontes influenciam a comunicação (Smith et al, 2014), ao controlar os fluxos de comunicação, de diferentes formas – servindo de fonte ou provendo acesso a conteúdos.

É importante levar em conta, também, que os influenciadores possuem um papel circunstancial (Jenkins, Ford & Green, 2013). O nó central de um acontecimento pode ser apenas um nó isolado (sem menções) na rede em torno de outro acontecimento.

Retomando a Figura 4, pode-se perceber que o estudo aqui empreendido se limitou a apenas um *cluster* (narrativas no Twitter) em torno dos acontecimentos, e não à rede do jornalismo como um todo. A compreensão do jornalismo em rede poderia ser enriquecida ao estudar outros *clusters*, como no caso de esmiuçar as narrativas em outros meios, como na televisão e no rádio, ou em outros sites, como nos sites de notícias e em outros sites de rede social. Mesmo assim, considera-se que estudar os processos comunicacionais suscitados pelas ferramentas, ao invés de focar em meios de comunicação específico (Jensen, 2010), pode ser uma saída para compreender o jornalismo contemporâneo, em termos de estruturas e dinâmicas de rede.

Indo além, essas diferentes formas de circulação dos acontecimentos e a relação complexa entre circulação e recirculação em um acontecimento em rede trazem indícios de que teorias e práticas do jornalismo precisariam ser repensadas para incorporar práticas associadas ao jornalismo em rede.

Com diferentes nós participando do processo jornalístico (Russell, 2011), com variados pesos e contribuições, tentar compreender como esses nós se articulam pode ajudar a compreender o jornalismo contemporâneo. Como o acontecimento em rede não é algo parado no tempo ou que se possa delimitar fronteiras claras de recorte, estudar as dinâmicas de rede associadas à sua circulação pode contribuir para melhor compreender o acontecimento em rede, e, por conseguinte, o jornalismo em rede.

Os veículos ainda precisam contar com formas tradicionais de distribuir seus conteúdos – como jornal impresso, site, ou aplicativos. Em outras palavras, eles ainda precisam fazer o marketing de suas notícias (Thorn & Pfeil, 1987). O que muda é que novos espaços participativos para construção da audiência emergem. Sites de rede social podem contribuir para potencializar o alcance de uma notícia – tanto atraindo novos leitores casuais como também reforçando a marca para leitores leais.

O jornalismo contemporâneo se reconfigura diante das possibilidades abertas pelos sites de rede social. Surgem novas formas de propagação, novos espaços de socialização que não só contribuem para reverberar os assuntos como também reconfiguram os próprios acontecimentos, ao acrescentar camadas de significado aos eventos (Zago, 2013a). Sites de rede social, enquanto um subtipo de mídia social (Ellison & boyd, 2013; Van Dijck, 2013), propiciam não apenas a participação na circulação, como também a visibilidade dessa participação (Zago & Bastos, 2013), vindo a influenciar o consumo de notícias e a própria percepção do acontecimento pelos usuários, afetando os indivíduos de formas diferentes (Quéré, 2005).

As próprias fronteiras entre jornalismo e não jornalismo, entre a esfera do jornalismo e a esfera social se tornam cada vez mais borradas (como pode ser visto na Figura 24 e na Figura 46). Um meme que surge na rede em reação a uma cena da televisão, e se espalha ao ponto de se transformar em notícia, ingressa no processo jornalístico assim como um acidente inesperado, como no desabamento de uma obra inacabada, ainda que circulem de formas distintas e apresentem diferentes pesos para a prática jornalística.

Essas nuances na circulação também podem variar conforme o tipo de acontecimento em tela. Enquanto em ciberacontecimentos o entrelaçamento entre meios parece mais visível, em acontecimentos tradicionais o processo também ocorre.

Ainda que o trabalho tenha se focado no estudo de apenas quatro casos, ele traz pistas para compreender o jornalismo contemporâneo e a circulação de narrativas em torno de diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos, na medida em que se observou diferenças e semelhanças entre os diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos considerados.

Em um contexto de jornalismo em rede, não só a circulação se torna participativa, como também outras etapas do processo jornalístico (conforme sistematizado no Quadro 2). A abertura à participação é facilitada pela liberação do polo da emissão (Lemos, 2005). Os espaços públicos mediados dos sites de rede social permitem apropriações não apenas no sentido de produzir conteúdos, como também no sentido de recombinar e remixar informações (Mancini, 2011).

De qualquer modo, essa intensa circulação de informações não quer dizer que a participação seja sempre positiva. Há pessoas que retuitam sem ler (Zago & Migowski, 2013a), do mesmo modo em que há usuários que compartilham informações erradas de má fé (Zago, 2010).

Nesse sentido, a mídia tradicional ainda possui um papel importante na circulação, ao legitimar acontecimentos (Recuero, 2011). Ela ainda aparece dentre os nós centrais em boa

parte das redes analisadas, o que traz indícios de um papel complementar entre a circulação tradicional, promovida pelos veículos, e a participação do público na circulação, suscitada pelas notícias em torno de acontecimentos. Reconhecer essa centralidade das mídias tradicionais na rede do jornalismo não significa que os processos continuam a ser exatamente como antes. Na medida em que novos espaços passam a ser apropriados para a distribuição de informações e novos atores entram em cena, o jornalismo se reconfigura. Entretanto, mesmo reconfigurado, ainda se mantêm os mesmos nós centrais. O jornalismo em rede precisa de veículos jornalísticos tradicionais, da mesma forma que depende dos mecanismos de retroalimentação do público. Ao invés de oposição, trata-se de uma relação simbiótica. Os demais nós da rede só se tornam nós porque de alguma forma tomaram conhecimento do acontecimento que narram, seja a partir dos veículos, seja a partir de outros nós que contribuem para a circulação e a recirculação de narrativas sobre o acontecimento. Em maior ou menor grau, cada curtida, compartilhamento, piada ou remix, contribui, de alguma forma, para o processo jornalístico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscou-se abordar a possibilidade de participação do público na circulação jornalística em sites de rede social diante de um cenário de jornalismo em rede. Para tanto, partiu-se de uma revisão teórica sobre redes, circulação, recirculação e acontecimento, a qual serviu como base para proceder a um estudo de caso de quatro conjuntos de narrativas sobre acontecimentos de tipos diferentes relacionados à Copa do Mundo de 2014 no Twitter.

Duas hipóteses nortearam o presente estudo. A primeira hipótese aduz que diferentes tipos de acontecimentos circulam de modo diferente em sites de rede social e que essas diferenças na circulação podem ser percebidas em termos de estrutura e dinâmica de redes sociais. Como segunda hipótese, tem-se que a possibilidade de participação do público na circulação jornalística provoca ressignificações no acontecimento jornalístico.

Em um primeiro momento, buscou-se traçar os pressupostos teóricos envolvidos na elaboração da presente tese, abrangendo as temáticas de redes, circulação, recirculação e acontecimento. Com isso, o objeto do trabalho foi situado como sendo a circulação e a recirculação de narrativas no Twitter em torno de acontecimentos relacionados à Copa.

Através do emprego das técnicas de observação e análise de redes sociais, foi possível buscar compreender estruturas e dinâmicas associadas à circulação e recirculação de conteúdos em um site de rede social específico, o Twitter. A partir de um grupo inicial de 272 conjuntos de dados, escolheram-se quatro casos para estudar de forma aprofundada. Quatro categorias de tipos de acontecimento foram levadas em consideração na escolha dos casos a serem estudados: acontecimento tradicional esperado e inesperado (exoesqueleto na abertura da Copa e queda de viaduto em obras em Belo Horizonte, respectivamente), e ciberacontecimento com origem ou com repercussão nas redes (meme com o goleiro da Holanda e repercussão da exibição de animação do Fuleco imitando o jogador Kidiaba, respectivamente). Os quatro casos escolhidos também são representativos de algumas das temáticas que mais se destacaram durante a Copa do Mundo de 2014.

Partindo desses quatro casos, o trabalho procurou **observar como ocorre a circulação e a recirculação de diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos no jornalismo em rede diante da possibilidade de participação do público no processo jornalístico**. A partir de um estudo de caráter quantitativo e qualitativo, foi possível perceber que há diferenças nos processos de circulação entre acontecimentos tradicionais e ciberacontecimentos, e também entre acontecimentos esperados e inesperados, bem como entre ciberacontecimentos com

origem ou com repercussão nas redes, o que contribuiu para considerar a primeira hipótese levantada no estudo como válida. Essas diferenças estão associadas à própria natureza dos acontecimentos – a partir de constituições diferentes, lógicas diferentes poderão ser observadas na circulação. Independentemente do tipo de acontecimento, a participação na circulação aparece como um componente importante da circulação de narrativas sobre os acontecimentos no Twitter, uma vez que a recirculação representa uma grande parcela dos *tweets* em torno de uma determinada temática.

Também foi possível constatar que as narrativas no Twitter ajudam a moldar os próprios acontecimentos, contribuindo para modificá-los ao potencializar a circulação, ou até mesmo ao criar acontecimentos nativos desses ambientes, demonstrando a plausibilidade da segunda hipótese do trabalho.

O primeiro objetivo específico do trabalho envolveu **mapear a circulação de diferentes tipos de acontecimentos jornalísticos**. O mapeamento foi realizado a partir da combinação das técnicas de observação e análise de redes sociais. Os procedimentos adotados, pensados especificamente para a presente tese, foram combinados de modo a possibilitar perceber estruturas e dinâmicas associadas à circulação de cada tipo de acontecimento no Twitter. A partir desse mapeamento, foi possível identificar particularidades associadas a cada tipo de acontecimento. Conforme foi constatado, a estrutura e as dinâmicas das redes observadas podem contribuir para compreender como se dá a participação do público na circulação jornalística, refletindo em diferentes particularidades na circulação conforme variam as estruturas e as dinâmicas observadas.

Ao buscar **aproximar jornalismo e análise de redes sociais**, foi possível perceber que as redes em torno de narrativas sobre acontecimentos no Twitter podem assumir diferentes configurações, com variações em termos de nós centrais. Mesmo que muitas vezes os nós centrais (ou os usuários com maior número de menções e retweets recebidos) sejam veículos jornalísticos, os veículos que assumem esse papel também variam conforme o acontecimento em discussão. A utilização de métricas de análise de redes sociais também permitiu perceber que, em alguns casos, outros atores que não os veículos jornalísticos atuam como nós centrais na rede de narrativas em torno de um determinado acontecimento. O que ou quem atua como nó central parece variar conforme o assunto posto em discussão. Essas diferenças demonstram que nem sempre os veículos jornalísticos são centrais no jornalismo em rede. Ainda que a aproximação tenha sido válida, também foi possível perceber que algumas métricas parecem variar pouco entre os casos estudados, como no caso da distância

geodésica, sugerindo que outras métricas talvez sejam mais apropriadas para o estudo da circulação jornalística.

Outro objetivo específico envolveu **caracterizar o acontecimento em rede**. A partir dos resultados encontrados, o acontecimento em rede, assim, pode ser caracterizado como um acontecimento que sofre modificações a partir das narrativas postas em circulação no Twitter. Essa circulação é afetada pela possibilidade de participação do público no processo. Nos sites de rede social, a participação pode ocorrer independente de receber ou não o crivo dos veículos que noticiam os fatos. Esse acontecimento em rede deriva de um cenário de jornalismo em rede, aqui compreendido como um jornalismo em que não é possível definir claramente as fronteiras na medida em que diversos nós podem contribuir, de diferentes formas, com o processo jornalístico. Os *tweets*, nesse sentido, representam nós dessa rede do jornalismo em rede, na medida em que seus autores contribuem para fazer circular narrativas sobre o acontecimento. Essas narrativas, em conjunto, contribuem para configurar o acontecimento em rede. A presente pesquisa, assim, buscou inferir características do jornalismo em rede a partir do estudo de acontecimentos em rede. O estudo foi operacionalizado a partir da análise de narrativas no Twitter em torno de quatro casos específicos. Ainda que os resultados sejam específicos para essas situações, procedimentos metodológicos similares podem ser empregados posteriormente tanto para aprofundar o estudo dos acontecimentos em rede (observando a partir de outros meios, por exemplo) como também do próprio jornalismo em rede (através da análise do papel de diferentes meios e veículos na circulação jornalística).

Em termos de **compreender as possíveis ressignificações no acontecimento** diante dos sites de rede social, o trabalho empreendeu esforços no sentido de observar como esse processo se deu especificamente nos quatro casos analisados. Percebeu-se que os próprios acontecimentos foram ressignificados, em diferentes graus, pelas práticas de participação do público. Essas transformações ficam ainda mais óbvias nos ciberacontecimentos, uma vez que a própria constituição ou reverberação dos mesmos depende de espaços públicos mediados como os sites de rede social.

Por fim, também se buscou **identificar formas de participação do público na circulação jornalística em sites de rede social**. Conforme foi observado, a participação do público pode se dar tanto ao compartilhar conteúdos postados em circulação pelos veículos, como também de outras formas mais variadas, como ao comentar ou criticar os eventos (como no caso do exoesqueleto, em que os usuários emitiram sua opinião sobre o pouco destaque conferido ao exoesqueleto na abertura da Copa), produzir e pôr em circulação

remixes (como no caso do meme com o goleiro da Holanda, em que variações da imagem do jogador sobreposta a outros cenários foram postas em circulação), e até mesmo ao produzir humor (como no caso da animação do Fuleco, que gerou piadas por parte da torcida do time rival). Essas diferentes formas de participação do público são relevantes para o jornalismo na medida em que podem servir de porta de entrada para tomar ciência do acontecimento para determinados indivíduos. Do mesmo modo, contribuem para modificar o modo como o acontecimento afeta os indivíduos. Mais do que diminuir, essas práticas reforçam o papel do jornalismo em dar sentido aos fatos, como uma forma de sistematizar as particularidades dos acontecimentos para os indivíduos. Uma imagem remixada fora de contexto pode não ser compreendida isoladamente. Da mesma forma, uma imagem remixada pode alterar a compreensão do acontecimento pelos indivíduos, ampliando sua compreensão do fato.

Conforme foi observado no estudo, a possibilidade de participação do público traz modificações para a etapa de circulação jornalística e, em alguns casos, também transforma o próprio acontecimento. Em um jornalismo em rede, outros nós além dos veículos podem atuar como *hubs* e pontes entre as narrativas sobre o acontecimento. E estudar esses *hubs* e pontes é relevante na medida em que, ao tuitar e retuitar narrativas em torno dos acontecimentos, os usuários contribuem, em alguma medida, com a circulação jornalística, provendo acesso a esses conteúdos a seus seguidores, e contribuindo para uma maior ou menor visibilidade de determinados nós da rede.

As redes e os papéis também são relativos. As redes se formam em torno das narrativas sobre o acontecimento, sem comum acordo entre participantes quanto a termos e palavras-chave a serem usadas. Os ocupantes dos papéis centrais em cada rede também variam, trazendo evidências de que a influência, em sites de rede social, é circunstancial (Watts, 2011; Cha et al, 2010).

Os conteúdos postos em circulação e recirculação também se espalham por diferentes meios (Jenkins, Ford & Green, 2013), trazendo novos desafios ao estudo do jornalismo em rede (Russell, 2011; Heinrich, 2011), na medida em que não mais se consegue definir claramente fronteiras – tanto entre jornalismo e vida social quanto entre um meio de comunicação e outro. Um meme pode tanto ser considerado um produto cultural da sociedade, voltado para o entretenimento na forma de remix, quanto pode, a partir de uma intensa circulação, ingressar no processo jornalístico e ser noticiado como algo que repercutiu nas redes. Em síntese, há narrativas nos jornais que não parecem jornalismo da mesma forma que há narrativas fora dos veículos que se assemelham ao jornalismo (como em sites satíricos, blogs e relatos e testemunhos publicados em sites de rede social). Compreender o jornalismo

como uma rede envolve, também, reconhecer que essa rede não se limita apenas ao que o jornal produz (e nem ao menos inclui tudo o que o jornal produz). Outros elementos também contribuem para a compreensão do acontecimento e devem também, por isso, serem levados em consideração ao estudar o processo jornalístico.

Ainda que os resultados obtidos contribuam para lançar luz sobre o fenômeno, diversos estudos futuros podem ser desencadeados a partir da presente tese. Um desses estudos pode envolver uma pesquisa sistemática com inúmeros acontecimentos de um mesmo tipo para identificar se as estruturas observadas nos casos analisados também são observáveis em outros contextos. Uma outra possibilidade envolve estudar um mesmo caso ao longo do tempo, para observar se há diferenças dentre os nós com maior *indegree* e maior grau de intermediação conforme as narrativas sejam coletadas mais próximas ou mais afastadas temporalmente dos respectivos acontecimentos.

Também se pode proceder ao estudo de acontecimentos relacionados a outras temáticas que não a Copa do Mundo. Uma outra possibilidade diz respeito a realizar o estudo da circulação e da recirculação a partir do ponto de vista de um veículo jornalístico. Como a participação do público influencia aquilo que é ou não noticiado?

Assim, mesmo que se tenham atingido os objetivos traçados no presente estudo, reconhece-se que o trabalho representa apenas um começo de um caminho de pesquisa ainda a ser desbravado e esmiuçado em pesquisas futuras, pela própria autora e por outros pesquisadores.

REFERÊNCIAS

ABELSON, B. How Promotion Affects Pageviews on the New York Times Website. **Source: An OpenNews project**. Disponível em: <<http://source.opennews.org/en-US/articles/promotion-pageviews/>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

AGUIAR, L.; BARSOTTI, A. Mobilizar a audiência: uma experiência contemporânea no jornalismo online. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...**Fortaleza, CE: Intercom, 2012

ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ALVES, R. C. Jornalismo Digital: Dez anos da web... e a revolução continua. **Comunicação e Sociedade**, v. 9-10, p. 93–102, 2006.

ANDERSON, C.W.; BELL, E.; SHIRKY, C. **Post-Industrial Journalism: Adapting to the present**. Tow Center for Digital Journalism, 2012. Disponível em: <<http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism/>>. Acesso em: 27 abr. 2014.

ARAGÃO, R. **O Leitor na Notícia: Participação no jornalismo, normatização e alargamento do campo mediático**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea), Universidade Federal da Bahia, 2012.

BABO-LANÇA, I. A constituição do sentido do acontecimento na experiência pública. **Trajectos**, n. 6, p. 85–94, 2005.

BABO-LANÇA, I. Reprodutibilidade do acontecimento na ordem institucional. In: FRANÇA, V.; CORRÊA, L. G. (Orgs.). **Mídia, instituição e valores**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012, p. 13–28.

BACCIN, A. **A construção do acontecimento jornalístico Geisy Arruda Uniban: do vídeo no YouTube à biografia**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2012.

BAPTISTA, L. Fãs consumidores e divulgadores: a relação do ídolo com os admiradores na internet. X Poscom - Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. **Anais...**Rio de Janeiro: Poscom, 2013

BARABÁSI, A.-L. **Linked**. Cambridge: Plume, 2003.

BARABÁSI, A.-L.; BONANEAU, E. Redes sem escala. **Scientific American Brasil**, p. 64–72, 2003.

BARAN, P. **On Distributed Communications: I. Introduction to Distributed Communications Networks**. Santa Monica: The Rand Corporation, 1964. Disponível em: <http://www.rand.org/pubs/research_memoranda/2006/RM3420.pdf>. Acesso em: 20 set. 2014.

BARBOSA, S. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea), Universidade Federal da Bahia, 2007.

BARCELOS, M. **Jornalismo cidadão : participação do leitor nos jornais dos Grupo RBS em Santa Catarina**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BARDOEL, J.; DEUZE, M. “Network Journalism”: Converging Competences of Old and New Media Professionals. **Australian Journalism Review**, v. 23, n. 2, p. 91–103, 2001.

BARSOTTI, A. **Transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas: o jornalista on-line como mobilizador de audiência**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2012.

BASTOS, M. Remix como polifonia e agenciamentos coletivos. In: MARTINS, C.; SILVA, D.; MOTTA, R. (Orgs.). **Territórios Recombinantes: arte e tecnologia, debates e laboratórios**. São Paulo: Imprensa Oficial do estado de São Paulo, 2007, p. 27–34.

BASTOS, M. T.; RECUERO, R.; ZAGO, G. Taking tweets to the streets: A spatial analysis of the Vinegar Protests in Brazil. **First Monday**, v. 19, n. 3, p. 1, 2014.

BASTOS, M. T.; ZAGO, G. Tweeting News Articles: Readership and News Sections in Europe and the Americas. **SAGE Open**, v. 3, n. 3, 25 set. 2013.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Z. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BELOCHIO, V. **Jornalismo Colaborativo em Redes Digitais: Estratégia Comunicacional no Ciberespaço. O caso de Zero Hora.com**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática), Universidade Federal de Santa Maria, 2009.

BELOCHIO, V. **JORNALISMO EM CONTEXTO DE CONVERGÊNCIA: Implicações da distribuição multiplataforma na ampliação dos contratos de comunicação dos dispositivos de Zero Hora**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.

BELOCHIO, V.; ZAGO, G. Franquias Jornalísticas e Dispositivos Autóctones: potencialização da lógica transmídia no jornalismo para tablets. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Foz do Iguaçu, PR: Intercom, 2014.

BENETTI, M.; FONSECA, V. (Orgs.). **Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

BERGER, C.; TAVARES, F. Tipologias do acontecimento jornalístico. **Anais do VII SBPJor**. **Anais...**São Paulo: SBPJor, 2009.

BERGER, C.; TAVARES, F. Tipologias do acontecimento jornalístico. In: BENETTI, M.; FONSECA, V. (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010, p. 121–142.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation**. Cambridge: The MIT Press, 1999.

BOWMAN, S.; WILLIS, C. **We Media**. The Media Center, 2003.

BOYD, D.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, 2007.

BOYD, D. Social Network Sites: Public, Private, or What? **Knowledge Tree**, n. 13, 2007.

BOYD, D. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In: PAPACHARISSI, Z. (Org.). **Networked Self: identity, community, and culture on social network sites**. New York: Routledge, 2011, p. 39–58.

BRADSHAW, T. The unexpected impact of Facebook’s “seamless sharing” on newspaper sites. **Tech blog**. Disponível em: <<http://blogs.ft.com/tech-blog/2011/11/unexpected-impact-facebook-newspaper-sites/?Authorised=false>>. Acesso em: 22 nov. 2013.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta a sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2010.

BRAMBILLA, A. **Jornalismo open source: discussão e prática no OhmyNews International**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

BRUNO, N. **Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2011.

BRUNO, F. **Máquinas de ver, Modos de ser – Vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre, Sulina, 2013.

BRUNS. **Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producers**. New York: Peter Lang, 2008.

BRUNS, A. **Gatewatching: Collaborative Online News Production**. New York: Peter Lang, 2005.

BRUNS, A.; BURGESS, J. The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. 6th European Consortium for Political Research General Conference. **Anais...** Reykjavik: University of Iceland, 2011. Disponível em: <<http://eprints.qut.edu.au/46515/>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

BRUNS, A.; HIGHFIELD, T. Blogs, Twitter, and Breaking News: The Producers of Citizen Journalism. In: ANN LIND, R. (Org.). **Producing Theory in a Digital World: The Intersection of Audiences and Production**. New York: Peter Lang, 2012, p. 15–32.

BRUNS, A.; LIANG, Y. E. Tools and methods for capturing Twitter data during natural disasters. **First Monday**, v. 17, n. 4, 2012.

BUSS, G. **As notícias e seus critérios na perspectiva da rede**. Tese (Doutorado em Comunicação Social), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2014.

CAJAZEIRA, P. As interações do público no telejornal com o uso das redes sociais. **Revista científica ciência em curso**, v. 1, n. 2, p. 79–94, 2013.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAGAS, V. **Extra! Extra!: os jornalheiros e as bancas de jornais como espaço de disputas pelo controle da distribuição da imprensa e da economia política dos meios**. Tese (Doutorado em História, Política e Bens Culturais). Fundação Getúlio Vargas, 2013.

CHAGAS, V. Já nas bancas. Mediação e economia política da distribuição dos meios impressos. **Sobre Jornalismo**, v.3, n.1, p.58-69, 2014.

CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M. Públicos Híbridos em Relações Públicas: Uma abordagem metodológica. In: MOREIRA, E. H.; PONS, M. (Orgs.). **Relações públicas, tecnologia e públicos**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2013, p. 70–87.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

COCA, Adriana; MENDONÇA, Bruno. Segunda Tela: A internet pervasiva como possibilidade de extensão dos conteúdos televisuais. **Mídia e Cotidiano** (UFF), v.3, n.3., 2013. Disponível em <<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/78>>. Acesso em 09 jan. 2014.

COELHO, M. P. **O acontecimento público Satiagraha, entre o Estado e a Mídia**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.

COMPEAU, P.; PEVZNER, P.; TESLER, G. How to apply the Brujijn graphs to genome assembly. **Nature Biotechnology**, v.29, n.11, p.987-991, 2011.

CORRÊA, R. T. Z. **TV Brasil e Redes Sociais Virtuais: o programa Estúdio Móvel no Facebook**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.

DALMASO, S. Uma fanpage para compartilhar links: a utilização do Facebook pelo jornal Diário de Santa Maria. VI Simpósio Nacional da ABCiber. **Anais...Novo Hamburgo, RS: ABCiber**, 2012.

DALMONTE, E. Novos cenários comunicacionais no contexto das mídias interativas: o espalhamento midiático. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós. **Anais...Belém: Compós**, 2014.

- D'ANDREA, C. Colaboração por pares em rede: conceitos, modelos, desafios. Simpósio em Tecnologias Digitais e Sociabilidade. **Anais...** Salvador, BA: UFBA, 2013.
- DAWKINS, R. **O Gene Egoísta**. São Paulo: Cia das Letras, 2007.
- DEGENNE, A.; FORSÉ, M. **Introducing Social Networks**. Londres: Sage Publications, 1999.
- DEUZE, M. Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. **The Information Society**, v. 22, n. 2, p. 63–75, 2006.
- DEUZE, M. **Media Life**. New York: Polity Press, 2012.
- DOMINGO, D. et al. Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. 8th International Symposium on Online Journalism. **Anais...**Austin: University of Texas, 2007.
- DORNELES, R. **Acontecimento e História nas Páginas da Revista Veja: uma análise das reportagens sobre o primeiro governo da ditadura civil-militar argentina (1976-1981)**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.
- EL-NAWAWY, M. **Al-jazeera: The Story Of The Network That Is Rattling Governments And Redefining Modern Journalism**. New York: Basic Books, 2003.
- ELLISON, N. B.; BOYD, D. Sociality through Social Network Sites. In: DUTTON, W. H. (Org.). **The Oxford Handbook of Internet Studies**. Oxford: Oxford University Press, 2013, p. 151–172.
- FAUSTO NETO, A. As bordas da circulação. **Alceu**, v.10, n.20, p.55-69, 2010.
- FAVA, G.P. Portais jornalísticos e controle de dados na rede: o caso da saída das Organizações Globo do Facebook. Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. **Anais...**Vila Velha: Intercom Sudeste, 2014.
- FERREIRA, E. **Integração entre televisão e redes sociais online: práticas comunicativas na cobertura do programa Roda Viva pelo Twitter**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Universidade Federal de Minas Gerais, 2011.
- FLORES, A. M. **Apropriações do Twitter pelo jornalismo de moda no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- FRANÇA, V.; ALMEIDA, R. O acontecimento e seus públicos: um estudo de caso. **Contemporânea**, v.6, n.2, 2008.
- FREEMAN, L. Centrality in Social Networks: conceptual clarification. **Social Networks**, v.1, p.215-239, 1979.

FREIRE FILHO, J. Sociedade do espetáculo à sociedade da interatividade? In: GUTFREIND, C.; SILVA, J. M. DA (Orgs.). **Guy Debord: antes e depois do espetáculo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007, p. 61–87.

GAMEIRO, P. As Organizações em Rede. **BOCC**, 2008.

GENETTE, G. Fronteiras da narrativa. In: BARTHES, R. et al. **Análise estrutural da narrativa**. 7.ed. Petrópolis: Vozes, 2011, p.265-284.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

GOLDBERG, G. Rethinking the public/virtual sphere: The problem with participation. **New Media & Society**, v. 13, n. 5, p. 739–754, 2011.

HAACKE, V.; GASPARINI, T.; HONORATO, J.; GOVEIA, F.; CARREIRA, L. Do “Não Vai Ter Copa” para a “Copa dos Memes”: uma análise das imagens memes mais compartilhadas durante a Copa do Mundo FIFA 2014. Anais do Intercom 2014. **Anais...** Foz do Iguaçu, PR: Intercom, 2014.

HAMPTON, K. et al. Why most Facebook users get more than they give. **Pew Research Internet Project**, 2012.

HANSEN, D.; SHNEIDERMAN, B.; SMITH, M. A. **Analyzing Social Media Networks with NodeXL**. Burlington, MA: Morgan Kaufmann, 2011.

HEINRICH, A. **Network Journalism**. Londres: Routledge, 2011.

HEINRICH, A. Network Journalism: Moving towards a Global Journalism Culture. Anais da conferência Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise (RIPE@2008). **Anais...** Mainz: RIPE, 2008. Disponível em: <<http://ripeat.org/archives/2008/>>. Acesso em: 09 out. 2014.

HENN, R. O acontecimento em sua dimensão semiótica. Anais do VII SBPJor. **Anais...**São Paulo: SBPJor, 2009.

HENN, R. Jornalismo em rede: crise do acontecimento. Anais do I Confibercom. **Anais...**São Paulo: Confibercom, 2011.

HENN, R. Apontamentos sobre o ciberacontecimento: o caso Amanda Todd. Anais do XXII Encontro Anual da Compós. **Anais...**Salvador: Compós, 2013.

HENN, R.; HÖEHR, K.; BERWANGER, G. Transformações do acontecimento nas redes sociais: das mobilizações contra a homofobia à crise de dupla sertaneja. **Brazilian Journalism Research**, v.8, n.1, 2012.

HERMIDA, A. Mechanisms of Participation: How audience options shape the conversation. In: SINGER, J. et al. (Orgs.). **Participatory Journalism**. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2011, p. 13–33.

HERMIDA, A. Tweets and Truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. **Journalism Practice**, v. 6, n. 5-6, p. 659–668, 2012.

HÖEHR, K. **A construção de notícias no Twitter: ciberacontecimentos, fluxos e apropriações jornalísticas**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2013.

HONG, S. Online news on Twitter: Newspapers' social media adoption and their online readership. **Information Economics and Policy**, v. 24, n. 1, p. 60–74, 2012.

HOWE, J. **Crowdsourcing**. New York: Three Rivers Press, 2009.

IBOPE. **Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros**. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Numero-de-usuarios-de-redes-sociais-ultrapassa-46-milhoes-de-brasileiros.aspx>>. Acesso em: 25 nov. 2013.

INDIA, Brazil and mobile users lift Facebook count to 1.15 billion. **Economic Times**. Disponível em: <http://articles.economictimes.indiatimes.com/2013-07-26/news/40815075_1_mobile-maus-user-base-india-and-brazil>. Acesso em: 25 nov. 2013.

INFIESTA, V.R. La distribución de la prensa diaria en los inicios del siglo XX: el espacio asturiano. **Zer**, v.13, n.25, p.269-286, 2008. Disponível em: <<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-13-rodriguez.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2014.

ITO, M. Introduction. In: VARNELIS, K. (Org.). **Networked Publics**. Cambridge: MIT Press, 2008, p. 1–14.

JACOMY, M.; HEYMANN, S.; VENTURINI, T.; BASTIAN, M. **ForceAtlas2, A Continuous Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization**. 01 ago 2012. Disponível em: <http://www.medialab.sciences-po.fr/publications/Jacomy_Heymann_Venturini-Force_Atlas2.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2014.

JENKINS, H. **Textual Poachers: Television fans and participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Spreadable Media**. New York: NYU Press, 2013.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JENSEN, K. B. **Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication**. Kindle Edition. Londres: T&F Books UK, 2010.

JORNALISTAS DA WEB. Vice News e Mashable se juntam a outros sites para cobrir crise da Ucrânia. **Jornalistas da Web**, 14 maio 2014. Disponível em: <<http://www.jornalistasdaweb.com.br/2014/05/14/vice-news-mashable-cobertura-ucrania/>>. Acesso em: 18 maio 2014.

JÚNIOR, F. Do papel ao Facebook: outras textualidades midiáticas no jornalismo da Folha de S. Paulo. **RELEM**, v. 6, n. 1, 2013.

KIRKPATRICK, M. Why Facebook's Seamless Sharing is Wrong. **ReadWriteWeb**.

Disponível em:

<http://readwrite.com/2011/11/19/why_facebooks_seamless_sharing_is_wrong#awesm=~onWWdfNg13FFxZ>. Acesso em: 22 nov. 2013.

KISCHINHEVSKY, M. Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal Radio Tube. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 9, n. 1, p. 136–149, 2012.

KONDLATSCH, R. **Jornalismo online: a construção da notícia a partir do Twitter no caso da falsa morte de Amin Khader**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho/Bauru, 2012.

LAFRANCE, A. Gawker is letting readers rewrite headlines and reframe news. **Nieman Journalism Lab**, 2013.

LEAL, B.; ANTUNES, E.; VAZ, P. B. (Orgs.). **Jornalismo e Acontecimento: Percursos metodológicos**. Florianópolis: Insular, 2011.

LEÃO, L. O remix nos processos de criação de imagens e imaginários midiáticos. Anais da Compós 2012. **Anais...2012**

LEMOS, A. Apropriação, desvio e despesa improdutivo na cibercultura. **FAMECOS**, v. 1, n. 15, p. 44–56, 2001.

LEMOS, A. Ciber-Cultura-Remix. Seminário Sentidos e Processos. **Anais...2005**

LESSIG, L. **Remix**. Londres: Bloomsbury, 2008.

LEVIN, T. Globo explica saída do Facebook. **Meio e Mensagem**, 2013.

LEVY, S. Can an Algorithm Write a Better News Story Than a Human Reporter? **Wired**, 2012.

LINDEMANN, C. **O perfil da notícia no webjornalismo participativo: uma análise do canal vc repórter, do Portal Terra**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.

LINDEMANN, C. **O jornal Zero Hora e seus leitores no contexto de convergência jornalística**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2014.

LUPINACCI, L. GIF animado e conteúdo espalhável: análise do uso do formato no VMA 2013. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais... Foz do Iguaçu, PR: Intercom, 2014.**

MACHADO, E. Sistemas de circulação no ciberjornalismo. **Eco-Pós**, v. 11, n. 2, p. 21–37, 2008.

MACHADO, E.; PALACIOS, M. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007a, p. 199–222.

MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Orgs.). **O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade**. Salvador: EDUFBA, 2007b.

MADDEN, M.; LENHART, A.; CORTESI, S.; GASSER, U.; DUGGAN, M.; SMITH, A.; BEATON, M. Teens, Social Media, and Privacy. **Pew Research Internet Project**, 21 maio 2013. Disponível em <<http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>>. Acesso em 24 abr. 2014.

MAGALHÃES, D. Papéis do público na produção de conteúdo digital: um estudo de caso da Folha.com. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 9, n. 1, p. 62–77, 2012.

MALINI, F. Cobertura colaborativas em redes sociais: entre a emergência e a programação. Anais do 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** Rio de Janeiro: SBPJor, 2011.

MANCINI, P. **Hackear el periodismo**. Buenos Aires: La Crujía, 2011.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Técnicas de pesquisa**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARKHAM, A.; BUCHANAN, E. **Ethical Decision-Making and Internet Research: Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee**, v.2, AoIR, 2012. Disponível em: <<http://aoir.org/reports/ethics2.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2014.

MAROCCO, B.; BERGER, C.; HENN, R. (Orgs.). **Jornalismo e Acontecimento: Diante da morte**. Florianópolis: Insular, 2012.

MIGOWSKI, A. **Memórias Coletivas na Comunicação Mediada por Computador: Uma análise à luz dos acontecimentos de 11 de setembro de 2001 em seu décimo aniversário**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013.

MITCHELL, A.; PAGE, D. **State of the News Media 2014: Overview**. Pew Research Center, 2014.

MONTARDO, S. Conteúdo gerado pelo consumidor: reflexões sobre sua apropriação pela Comunicação Corporativa. **Revista Intercom**, v. 33, n. 2, p. 161–180, 2010.

MORAGAS, N. **Texto jornalístico do Twitter: o que permanece ou muda em relação à lógica discursiva tradicional?** Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas), Universidade Federal da Bahia, 2013.

- MORAIS, M. **Jornalistas no cotidiano das redes sociais: estudo do Orkut e da comunidade virtual Jornalismo Cultural PB**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas), Universidade Federal da Paraíba, 2011.
- MOTTA, L. G. Jornalismo e configuração narrativa da história do presente. **E-Compós**, v.1, n.1, 2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/8/9>>. Acesso em: 25 ago. 2014.
- MOTTA, L. G. Pesquisa em Jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico. **Eptic**, v. 7, n. 1, p. 1–23, 2005.
- NEWMAN, N. **Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/Working_Papers/Mainstream_media_and_the_distribution_of_news_.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2014.
- NOBRE, C.; NICOLAU, M. Remix no Ciberespaço: da perda da aura à diluição da autoria. **Culturas Midiáticas**, v. 3, n. 4, 2010.
- NORA, P. O regresso do acontecimento. In: GOFF, J. LE; NORA, P. (Orgs.). **Fazer História**. São Paulo: Bertrand, 1974. .
- O'DONOVAN, C. You won't believe Upworthy's new way of measuring audience engagement until you read it. **Nieman Journalism Lab**, 2014.
- O'REILLY, T. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. **O'Reilly Media**, 2005.
- OECD. **Participative Web: User-Created Content**. Disponível em: <<http://www.oecd.org/sti/38393115.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2013.
- PALACIOS, M. Fazendo jornalismo em redes híbridas: notas para a discussão da internet enquanto suporte mediático. **Lista JnCultural**, 2003.
- PALACIOS, M. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o lugar da memória. In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003.
- PALACIOS, M. E sobre a circulação das notícias online você já refletiu? **Blog do GJol**, 2008.
- PARK, R. Notícia e poder da imprensa. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. (Orgs.). **A era glacial do jornalismo**, v.2. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- PRIMO, A. Conflito e cooperação em interações mediadas por computador. **Contemporânea**, v.3, n.1, p.38-74, 2005. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/conflito.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2014.
- PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

- PRIMO, A. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. **Galáxia**, São Paulo, n.16, p.43-59, 2008.
- PRIMO, A. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, v. 2, n. 25, p. 130–146, 2011.
- PRIMO, A. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, A. (Org.). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 13–32.
- PRIMO, A.; TRÄSEL, M. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Contracampo**, n. 14, p. 37–53, 2006.
- PRIMO, A.; ZAGO, G. Who and What Do Journalism? An actor-network perspective. **Digital Journalism**, v.3, n.1, p.38-52, 2015.
- QUÉRÉ, L. Entre o facto e o sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos**, n. 6, p. 59–75, 2005.
- RAINIE, L.; WELLMAN, B. **Networked: the new social operating system**. Cambridge: The MIT Press, 2012.
- REBS, R. R. A vida cotidiana como acontecimento: a perspectiva da compreensão do acontecimento em sites de redes sociais. **Cambiassu**, v. 2, n. 5, p. 185–206, 2009.
- RECUERO, R. Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social. **Razon y Palabra**, n.52, 2006. Disponível em:
<<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/11daCunha.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2014.
- RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.
- RECUERO, R. Redes sociais na Internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In: SOSTER, D.; SILVA, F. F. (Orgs.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009b, p. 37–55.
- RECUERO, R. **A Conversação em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- RECUERO, R. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o Estudo das Redes Sociais na Internet: O caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. **Revista Fronteiras**, v. 16, 2014.
- RECUERO, R. “Deu no Twitter, alguém confirma?” Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais. Anais do 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** Rio de Janeiro: SBPJor, 2011.
- RECUERO, R.; AMARAL, A.; MONTEIRO, C. Fandoms, Trending Topics and Social Capital in Twitter. **Selected Papers of internet Research**, v. 1, n. 1, p. 1–14, 2012.

- RECUERO, R.; ARAÚJO, R.; ZAGO, G. How Does Social Capital Affect Retweets? Proceedings of Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. **Anais...** Barcelona, Espanha: AAAI, 2011.
- RECUERO, R.; BASTOS, M.T.; ZAGO, G.S. Narrativa e Violência: A cobertura do ‘Outono Brasileiro’ no Twitter. **Matrizes**, v.8, n.2, 2014, no prelo.
- RECUERO, R.; ZAGO, G. A Economia do Retweet: Redes, difusão de informações e capital social no Twitter. **Contracampo**, v. 24, n. 1, 2012.
- RECUERO, R.; ZAGO, G.; BASTOS, M.T. O Discurso dos #ProtestosBR: Análise de conteúdo do Twitter. **Galáxia**, n.28, p. 199-216, 2014a.
- RECUERO, R.; ZAGO, G.; BASTOS, M.T. O “rolezinho” na mídia social: discurso e violência simbólica. In: OLIVEIRA, L; BALDI, V. (Orgs.). **A Insustentável Leveza da Web**: retóricas, dissonâncias e práticas na sociedade em rede. Salvador: Edufba, 2014b, no prelo.
- RODRIGUES, A. O acontecimento. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: teorias, questões e estórias**. Lisboa: Veja Editora, 1996, p. 27–33.
- ROSENBAUM, S. **Curation Nation**. McGrawHill, 2011.
- RUBLECKI, A. S. **Jornalismo Líquido: mediação multinível e notícias em fluxos**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.
- RUSSELL, A. **Networked: a contemporary history of news in transition**. Cambridge: Polity Press, 2011.
- SAAD CORRÊA, E.; BERTOCCHI, D. O Algoritmo Curador - O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. Anais do XXI Encontro Anual da Compós. **Anais...**Juiz de Fora, MG: Compós, 2012
- SANTAELLA, L. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.
- SARDÁ, T.; LUPINACCI, L.; CORNUTTI, C.; ZAGO, G.; VALIATI, V.; ARAÚJO, W. **A buzzfeedização do jornalismo: 5 coisas que você precisa saber sobre o caso Zero Hora**. Trabalho submetido para o VIII Simpósio Nacional da ABCiber, 2014.
- SCHULTZ, T. Mass media and the concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email. **Media, Culture & Society**, v. 22, n. 2, p. 205–221, 2000.
- SCHWINGEL, C. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.
- SCHWINGEL, C.; CORREA, B. Dados, sistemas e circulação no ciberjornalismo: análise do fluxo de produção do jornalismo em base de dados com preceitos da Teoria Sistêmica e Gestão da Informação. Anais do 7º Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura. **Anais...** Curitiba, PR: ABCiber, 2013.

- SCOTT, J. **Social Network Analysis**. 3.ed. Londres: Sage Publications, 2013.
- SHIRKY, C. **Cognitive Surplus**. Kindle Edi ed. New York: ePenguin, 2010.
- SHOEMAKER, P.; VOS, T. **Teoria do Gatekeeping**. Porto Alegre: Penso, 2011.
- SILVA, M. T. As “cartas ao director” no jornal Público: um estudo de caso. Livro de Actas - 4º Sopcom. **Anais...**Lisboa: 2005
- SILVA, M. T. **A construção simbólica de um acontecimento: Uma análise do processo de individualização do “mensalão.”** Tese (Doutorado em Comunicação Social), Universidade Federal de Minas Gerais, 2011.
- SIMÕES, P. G. **O acontecimento Ronaldo: a imagem pública de uma celebridade no contexto social contemporâneo**. Tese (Doutorado em Comunicação Social), Universidade Federal de Minas Gerais, 2012.
- SINGER, J. et al. **Participatory Journalism**. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2011.
- SINGER, J. B. User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. **New Media & Society**, v.16, n.1, p. 55–73, 2014.
- SMITH, M.; RAINIE, L.; SHNEIDERMAN, B.; HIMELBOIM, I. Appendix: How to analyze social media networks. **Pew Research Internet Project**, 20 fev. 2014a. Disponível em <<http://www.pewinternet.org/2014/02/20/appendix-how-to-analyze-social-media-networks/>>. Acesso em: 24 abr. 2014.
- SMITH, M.; RAINIE, L.; HIMELBOIM, I.; SHNEIDERMAN, B. Mapping Twitter Topic Networks: From Polarized Crowds to Community Clusters. **Pew Research Center**, 20 fev. 2014b. Disponível em <<http://www.pewinternet.org/2014/02/20/mapping-twitter-topic-networks-from-polarized-crowds-to-community-clusters/>>. Acesso em: 27 abr. 2014.
- SMITH, M.; MILIC-FRAYLING, N.; SHNEIDERMAN, B.; MENDES RODRIGUES, E.; LESKOVEC, J.; DUNNE, C. **NodeXL: a free and open network overview, discovery and exploration add-in for Excel 2007/2010**, 2010. Disponível em: <<http://nodexl.codeplex.com/>>. Acesso em 20 set. 2014.
- SOARES, T. O Videoclipe Remix. Anais do Intercom 2005. **Anais...**Intercom, 2005
- SONDERMAN, J. Guardian Facebook app causes “seismic shift” in social traffic, and The Onion launches its own. **Poynter**. Disponível em: <<http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/167477/guardian-facebook-app-causes-seismic-shift-in-social-traffic-and-the-onion-launches-its-own/>>.
- SOUSA, M. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, 2013.
- STORCH, L. **Atividades de Leitura no Jornalismo Online: a reformulação do discurso jornalístico a partir da participação de leitores escritores**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

STORCH, L. **O leitor imaginado no jornalismo de revista: uma proposta metodológica**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.

TAVARES, J. **Ciber-informações nativas: uma análise da circulação da informação dos cibermeios de autoria de povos indígenas residentes no território brasileiro (2005-2012)**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, 2013.

TEIXEIRA, M. **A Construção do Enunciado Jornalístico no Twitter**. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Católica de Pelotas, 2011.

TERRA, C. **Usuário-Mídia: a relação da comunicação organizacional e do conteúdo gerado pelo consumidor**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Universidade de São Paulo, 2010.

TERRA, C. **Usuário-Mídia: O formador de opinião on-line no ambiente das mídias sociais**. In: MOREIRA, E. H.; PONS, M. (Orgs.). **Relações públicas, tecnologia e públicos**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2013, p. 42–56.

THORN, W.; PFEIL, M. **Newspaper Circulation: marketing the news**. New York: Longman, 1987.

TOURINHO, I. **Critérios de noticiabilidade e efeitos de espalhamento nas redes sociais: Uma análise da cobertura do Conclave de 2013 em cinco sites noticiosos: Folha de S.Paulo, The New York Times, The Guardian, Le Monde e El País**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas), Universidade Federal da Bahia, 2014.

TRAQUINA, N. **A Sida como notícia: Análise de Caso sobre a cobertura jornalística da problemática VIH/SIDA nos jornais Diário de Notícias e o Correio da Manhã**. **Media & Jornalismo**, v. 5, n. 5, 2004.

TRÄSEL, M. **A pluralização no webjornalismo participativo: uma análise das intervenções no Wikinews e no Kuro5hin**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007.

TRÄSEL, M. **A apuração distribuída como técnica de webjornalismo participativo**. Anais do VII SBPJor. **Anais...**São Paulo: SBPJor, 2009.

TRÄSEL, M. **Toda resistência é fútil: o jornalismo, da inteligência coletiva à inteligência artificial**. In: PRIMO, A. (Org.). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

TRINDADE, V. C. **Capa de revista e produção de sentidos: possibilidades de leitura a partir do acontecimento Serra X Dilma**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Universidade Federal de Minas Gerais, 2012.

TURTELLI, C. **@Estadão nas eleições presidenciais de 2010: apropriações jornalísticas do Twitter**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2012.

TWITTER PRIVACY POLICY. **Twitter**, 08 set. 2014. Disponível em: <<https://twitter.com/privacy>>. Acesso em: 17 out. 2014.

VAN DIJCK, J. User like you? Theorizing agency in user-generated content. **Media, Culture & Society**, v. 31, n. 1, p. 41–58, 2009.

VAN DIJCK, J. **The Culture of Connectivity**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

VERÓN, E. Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento. **Eco-Pós**, v.12, n.1, p.11-26, 2009.

VIS, F. Twitter as a reporting tool for breaking news. **Digital Journalism**, v. 1, n. 1, p. 27–47, 2012.

VOGEL, D.; MEDITSCH, E.; SILVA, G. (Orgs.) **Jornalismo e Acontecimento: tramas conceituais**. Florianópolis: Insular, 2013.

VU, H. T. The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. **Journalism**, v.15, n.8, p.1094-1110, 2014.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social Network Analysis: Methods and Applications**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WATTS, D. J. **Everything is Obvious**. New York: Crown Business, 2011.

YIN, R. **Case study research**. 3.ed. Londres: Sage Publications, 2003.

ZAGO, G.S. Do Boato à Notícia: Considerações sobre a Circulação de Informações entre Twitter e Mídia Online de Referência. In: AMARAL, A.; AQUINO, M.C.; MONTARDO, S. (Orgs.). **Intercom Sul 2010: Perspectivas da Pesquisa em Comunicação Digital**. São Paulo, SP: Intercom e-livros, p.172-204, 2010.

ZAGO, G. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011a.

ZAGO, G. O Twitter como Fonte para o Jornalismo. **Animus**, v. 10, n. 20, p. 51–65, 2011b.

ZAGO, G. Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. XXI Encontro Anual da Compós. **Anais...Juiz de Fora, MG: Compós**, 2012a. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&mmenu=0&fcodigo=1896>>. Acesso em: 5 fev. 2013

ZAGO, G. Elementos para pensar o Twitter enquanto uma rede social digital. **Vozes & Diálogo**, v. 11, n. 1, p. 126–130, 2012b.

ZAGO, G. Para pensar a comunicação no contexto da convergência midiática. **Intexto**, v. 1, n. 26, p. 264–267, 2012c.

ZAGO, G. A Participação dos Interagentes nos Sites de Redes Sociais como uma Dimensão do Acontecimento Jornalístico. **Intexto**, n. 28, p. 156–170, 2013a.

ZAGO, G. A Recirculação do Acontecimento Jornalístico em Imagens Remixadas: Cibercultura Remix e Apropriações. **Rizoma**, v. 1, n. 1, p. 85–99, 2013b.

ZAGO, G. Sites de Redes Sociais e Jornalismo: Explorando a percepção dos usuários sobre a Circulação Jornalística no Twitter e no Facebook. **Novos Olhares**, v.2, n.2, p.49-59, 2013c.

ZAGO, G. (Re)Circulação Jornalística: Organização Comunicada e Falada no Twitter. Livro de Actas – XIII Congresso Internacional Ibercom. **Anais...** Santiago de Compostela: Ibercom, Assibercom, Agacom, p.1081-1091, 2013d.

ZAGO, G. Circulação e recirculação no jornalismo em rede: narrativas no Twitter sobre o exoesqueleto na abertura da Copa de 2014. Anais do XII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** Santa Cruz do Sul: SBPJor, 2014a.

ZAGO, G. Enquanto você lia este título, a Alemanha fez mais um gol: a Copa da zoeira nos sites de rede social. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v.11, n.2, p. 415-423, 2014b.

ZAGO, G. **A Copa de 2014 e a Construção do Acontecimento Jornalístico no Twitter: o caso ‘Podoslki brasileiro’**. Trabalho submetido para o VIII Simpósio Nacional da ABCiber, 2014c.

ZAGO, G.; REBS, R. R. Usos e Apropriações do Foursquare no Brasil : Apontamentos para Discussão. **Revista Nexi**, v. 1, n. 1, p. 16, 2011.

ZAGO, G.; BASTOS, M. T. Visibilidade de Notícias no Twitter e no Facebook: análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 1, p. 98–115, 2013.

ZAGO, G.; BASTOS, M.T. Jornalismo como sistema de alerta: integração entre mídia social e imprensa na tragédia de Santa Maria. In: SILVEIRA, A.M. (Org.). **Mediatização da Tragédia de Santa Maria**. Santa Maria: FACOS-UFSM, p.235-255, 2014.

ZAGO, G.; BELOCHIO, V. Remediação da experiência de consumo de notícias em sites de redes sociais. **Contemporanea**, v.12, n.1, p.90-106, 2014.

ZAGO, G.; MIGOWSKI, A. Consumo de Informações em Sites de Redes Sociais: Jornalismo, Redes Sociais e Economia da Atenção no Twitter. Anais do 7º Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Cibercultura. **Anais...** Curitiba, PR: ABCiber, 2013a.

ZAGO, G.; MIGOWSKI, A. Jornalismo e Mídias Sociais: A representação da memória coletiva através das apropriações no especial multimídia #memorial1109. **Contemporanea**, v. 11, n. 1, p. 112–129, 2013b.

ZAGO, G.; RECUERO, R.; BASTOS, M. Quem Retuita Quem? Papeis de ativistas, celebridades e imprensa durante os #protestosbr no Twitter. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós. **Anais...** Belém: Compós, 2014

ZAMIN, A. **Nos jornais, um típico acontecimento atípico: O caso Angostura em diários latino-americanos de referência.** Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2012.

ZIMMERMANN, A. **A participação do público na cobertura radiofônica do desastre de 2008 em Blumenau.** Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.

ANEXO A – Página “Do leitor” da edição para Tablet de Zero Hora de domingo, 24 de novembro de 2013.

iPad 17:58 84%

DO LEITOR

Onde estamos



Telefone - 3218-4333



Foto comentada

O fotógrafo **Lauro Alves** deparou na última quarta-feira com uma pauta bastante corriqueira, mas que resultou em uma fotografia que foge aos padrões quando o assunto é buracos de rua. O plano era fotografar um dos rompimentos na tubulação do Condado Alvaro Chaves, na Rua Dr. Timóteo, na Capital, que causou transtornos no trânsito e poderia oferecer perigo para os veículos que trafegam naquele trecho. Quando chegou ao local, havia um novo rompimento, e ainda maior.

– Pedi a um dos homens que estavam descendo pela tubulação que segurasse o flash remoto da câmera e, assim, pude fazer a foto mostrando também o trabalho deles. É difícil fazer algo diferente quando se trata de buraco de rua, mas dessa vez consegui dar um outro olhar para a cena – explica Lauro.

ZERO HORA DOMINGO, 24 DE NOVEMBRO DE 2013 13

ZH NA SEMANA



Dados baseados em notícias ou reportagens mais citadas por cerca de 190 leitores.

ZH NAS REDES SOCIAIS



Os assuntos mais retuitados do perfil de ZH no Twitter, no período de 17 a 22 de novembro

Taxistas de Porto Alegre voltarão a cobrar tarifa de **deslocamento de radiotáxi** a partir de quinta-feira.

Lulu, o aplicativo em **que as mulheres dão notas para os homens**, é lançado no país.

Lauda médico diz que José Genoíno, condenado no julgamento do mensalão, é **“paciente com doença grave”**.

Na cadeia, **Genoíno chora e reclama de dor** ao rever a família.

OutKast deve se reunir para turnê em 2014.

Venda dos novos iPhones começa nesta sexta-feira no Brasil.

Adolescente confirma à polícia que divulgou **foto íntima de garota de Veranópolis**.

Hulk e Robinho marcam e **Brasil vence Chile por 2 a 1**.

Risco de temporais no RS diminui, mas quarta-feira é de céu nublado no Estado. Confira a previsão do tempo.

Caminhão carregado com medicamentos é roubado em Lajeado, no Vale do Taquari.



As bicicletas vêm ganhando as ruas das cidades brasileiras, seja como meio de transporte, para exercício físico ou lazer. Nesta semana, nossos leitores compartilharam no Instagram fotos de passeios de bicicleta ou de momentos marcantes ao lado da magrela usando a hashtag #bikeZH. Confira algumas imagens.



@diogoschmitt

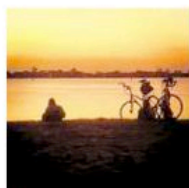


@andreimr



@guilbermemahfuz

#bikeZH



@querinofo



@priebe33

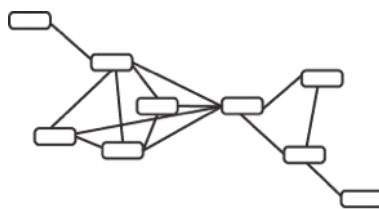


@suxait



@tempusfrangit

Cartas (ou fotos) ou histórias pessoais de leitores que envolvam Zero Hora devem ser endereçadas à seção Do Leitor com nome, profissão, endereço, nº do CPF do remetente e fone para contato. ZH reserva-se o direito de selecioná-las e resumí-las para publicação. Publicadas ou não, não são devolvidas. E-mail: leitor@zerohora.com.br



APÊNDICES

APÊNDICE A – Dados coletados no Twitter.

APÊNDICE B – Captura de tela do software NodeXL com dados da pesquisa.

APÊNDICE C – Capturas de tela do software Gephi com dados da pesquisa.

APÊNDICE D – Grafo da rede exoesqueleto.

APÊNDICE E – Grafo da rede viaduto.

APÊNDICE F – Grafo da rede Kidiaba.

APÊNDICE G – Grafo da rede meme.

Apêndice A – Dados coletados no Twitter.

#	Data da coleta	Hora	Palavras-chave	# de tweets	Tipo de acontecimento	Descrição do acontecimento
1	6/6/14	16:34	brasil servia	2135	tradicional	Amistoso da seleção - Brasil e Sérvia
2	6/6/14	17:00	brasil x servia	2009	tradicional	Amistoso da seleção - Brasil e Sérvia
3	6/6/14	16:33	hino nacional thiaguinho	1331	tradicional	Hino Nacional interpretado pelo cantor Thiaguinho
4	9/6/14	20:26	#naovaitercopa	2961	ciberacontecimento	Hashtag usada no Twitter
5	9/6/14	20:19	#vaitercopasim	2532	ciberacontecimento	Hashtag usada no Twitter
6	9/6/14	20:57	jennifer lopez copa	1493	tradicional	Notícia de que Jennifer Lopez não iria estar presente na abertura da Copa
7	9/6/14	20:39	australiano aranha	1075	tradicional	Reação de jogador da Austrália ao encontrar aranha em seu quarto de hotel
8	9/6/14	13:18	lugano uruguai	206	ciberacontecimento	Lugano reclama no Facebook de publicação que errou localização do Uruguai
9	9/6/14	20:32	camaroes embarca	102	tradicional	Após quase desistir de vir à Copa, time de Camarões embarca rumo ao Brasil
10	9/6/14	20:30	#naovaitercopavaiter	101	ciberacontecimento	Hashtag usada no Twitter
11	10/6/14	18:55	sobrinho felipao	1348	tradicional	Sobre a morte do sobrinho do Felipão a dois dias da Copa
12	10/6/14	19:17	novas figurinhas album copa	449	tradicional	Fifa anuncia pacote com novas figurinhas para o álbum da Copa para substituir novas convocações
13	11/6/14	15:39	jennifer lopez copa	1352	tradicional	Desta vez, notícia de que Jennifer Lopez iria sim estar presente na abertura da Copa
14	11/6/14	15:36	Google Street View copa	1085	ciberacontecimento	Sobre a possibilidade de ver as ruas decoradas para a Copa no Google Street View
15	12/6/14	16:57	exoesqueleto	5056	tradicional	Sobre o pouco espaço dado ao exoesqueleto na abertura da Copa
16	12/6/14	16:20	exoesqueleto	2709	tradicional	Sobre o pouco espaço dado ao exoesqueleto na abertura da Copa
17	12/6/14	10:39	abertura copa	2577	tradicional	Tweets sobre a abertura da Copa, antes de ela acontecer
18	12/6/14	18:38	penalti roubado	2576	tradicional	Penalti marcado durante o jogo do Brasil na abertura da Copa
19	12/6/14	15:13	se o brasil ganhar	2557	ciberacontecimento	Expressão que foi parar nos TTs antes do jogo
20	12/6/14	18:06	exoesqueleto	2535	tradicional	Sobre o pouco espaço dado ao exoesqueleto na abertura da Copa
21	12/6/14	15:27	se o brasil perder	2527	ciberacontecimento	Expressão usada antes do jogo da copa

22	12/6/14	10:46	#hojeobrasilestreianaco paeuu	2514	ciberacontecimento	Hashtag usada pelos internautas antes da Copa
23	12/6/14	16:01	nicolellis	2213	tradicional	Sobre o pouco espaço dado ao exoesqueleto na abertura da Copa
24	12/6/14	10:54	dia dos namorados copa	2018	tradicional	A abertura da Copa coincidiu com o Dia dos Namorados no Brasil
25	12/6/14	18:55	#bairristanacopa	1907	ciberacontecimento	Tweets de O Bairrista com a hashtag
26	12/6/14	10:44	manifestacoes copa	1815	tradicional	Manifestações realizadas no dia da abertura da Copa
27	12/6/14	17:55	gol contra	1325	tradicional	Logo após o primeiro gol contra da Copa
28	12/6/14	15:44	globo audio	1170	tradicional	Áudio ruim / com lag durante a transmissão da abertura da Copa
29	12/6/14	18:01	marcelo	736	tradicional	Jogador Marcelo foi quem fez o gol contra
30	12/6/14	15:59	exoesqueleto	444	tradicional	Sobre o pouco espaço dado ao exoesqueleto na abertura da Copa
31	12/6/14	10:48	copa metro sao paulo	411	tradicional	Sobre protestos realizados no Metro de São Paulo
32	12/6/14	18:27	capivara vidente	283	ciberacontecimento	Personagem criado pela prefeitura de Curitiba para prever resultados da Copa
33	12/6/14	15:10	copalhoes	259	ciberacontecimento	Sobre o Tumblr Copalhães
34	12/6/14	15:55	exoesqueleto	218	tradicional	Sobre o pouco espaço dado ao exoesqueleto na abertura da Copa
35	12/6/14	19:07	fotografo reuters	199	tradicional	Fotógrafo da Reuters ferido em protesto contra a Copa
36	12/6/14	18:31	capivara paul	119	ciberacontecimento	Personagem criado pela prefeitura de Curitiba para prever resultados da Copa
37	12/6/14	15:33	#bairristanacopa	102	ciberacontecimento	Tweets de O Bairrista com a hashtag
38	12/6/14	15:58	capivara vidente	84	ciberacontecimento	Personagem criado pela prefeitura de Curitiba para prever resultados da Copa
39	12/6/14	18:15	ronaldo realidade virtual experimento	10	ciberacontecimento	Sobre afirmação controversa de Ronaldo
40	13/06/2014	16:42	espanha holanda	10121	tradicional	Jogo Espanha X Holanda
41	13/06/2014	8:55	arbitro	2788	ciberacontecimento	Sobre o arbitro do jogo Brasil X Croacia - vários memes surgiram
42	13/06/2014	20:35	chico buarque	991	ciberacontecimento	Piada que circulou na internet com Chico Buarque de Holanda (feliz) e Chico Buarque de Espanha (triste)
43	13/06/2014	20:45	holanda memes	506	ciberacontecimento	Memes relacionados ao jogo da Holanda
44	13/06/2014	16:32	espanha holanda	199	tradicional	Jogo Espanha X Holanda
45	13/06/2014	8:59	xingar dilma roussef	119	tradicional	Sobre o fato de os torcedores xingarem Dilma Rousseff no jogo
46	13/06/2014	20:41	massacre holanda	113	tradicional	Sobre a vitória da Holanda sobre a Espanha

47	13/06/2014	16:28	uruguai formigas	103	tradicional	Goleiro do Uruguai é atacado por formigas
48	13/06/2014	16:27	muricy selfie	73	ciberconhecimento	Selfie de torcedor que mostra Muricy ao fundo usando o banheiro
49	14/06/2014	9:51	#estadaonacopa	2005	ciberconhecimento	Hashtag usada pelo jornal Estadão na Copa
50	14/06/2014	16:37	#bairristanacopa	1552	ciberconhecimento	Tweets de O Bairrista com a hashtag
51	14/06/2014	9:06	goleada holanda	1355	tradicional	Sobre a vitória da Holanda sobre a Espanha
52	14/06/2014	16:24	vamos uruguai	1332	tradicional	Torcida pelo Uruguai
53	14/06/2014	17:58	fan fest porto alegre	1260	tradicional	Num dos dias da Fan Fest, choveu e não foi quase ninguém. A coleta abarca 3 dias de tweets
54	14/06/2014	18:04	cartao vermelho	916	tradicional	Primeiro jogador a receber cartão vermelho da Copa, Max Pereira, do Uruguai
55	14/06/2014	16:52	dilma valada	628	tradicional	Sobre o fato de os torcedores xingarem Dilma Rousseff no jogo
56	14/06/2014	16:32	franca porto alegre	408	tradicional	Seleção da França em Porto Alegre
57	14/06/2014	10:19	galinha pintadinha abertura	115	ciberconhecimento	Piada de internautas dizendo que a Claudia Leite parecia a galinha pintadinha na abertura da Copa
58	14/06/2014	9:09	mickey torcedor	110	tradicional	Curta metragem com Mickey torcendo pra Copa
59	14/06/2014	16:47	clipe 100 milhoes	107	tradicional	Clipe da Shakira passou de 100 milhões de visualizações
60	14/06/2014	16:40	#gauchanacopa	105	ciberconhecimento	Hashtag usada pela Radio Gaúcha para a cobertura da Copa
61	14/06/2014	16:33	selecao francesa porto alegre	45	tradicional	Seleção da França em Porto Alegre
62	15/06/2014	20:00	vai bosnia	3266	tradicional	Torcida pela Bósnia no jogo Argentina X Bósnia
63	15/06/2014	10:31	costa rica	2627	tradicional	Seleção da Costa Rica jogaria no mesmo dia
64	15/06/2014	10:28	armeration	1357	tradicional	Dança de Pablo Armero da Colômbia
65	15/06/2014	20:09	esse messi	910	tradicional	Expressão que foi parar nos TTs após o jogo da Argentina
66	15/06/2014	20:07	vai argentina	511	tradicional	Torcida pela Argentina no jogo Argentina X Bósnia
67	15/06/2014	20:13	faca voce mesmo abertura	115	ciberconhecimento	Vídeo que mostrava como montar uma abertura da Copa em casa
68	15/06/2014	19:53	ingles pelado	104	tradicional	Sobre torcedor inglês que tirou a roupa no estádio devido ao calor que fazia em Manaus
69	15/06/2014	19:54	ingles tira roupa	62	tradicional	Sobre torcedor inglês que tirou a roupa no estádio devido ao calor que fazia em Manaus
70	16/06/2014	19:11	merkel selfie	1263	tradicional	Selfie de Merkel
71	16/06/2014	19:07	cristinano ronaldo	725	tradicional	Sobre o jogador Cristiano Ronaldo, durante o jogo de Portugal

72	16/06/2014	22:01	gol relampago	675	tradicional	Sobre gol feito bem no começo do jogo entre Estados Unidos e Gana
73	16/06/2014	19:16	casal el salvador	440	tradicional	Casal que foi parar em El Salvador ao invés de Salvador e perdeu o jogo que ia assistir da Copa
74	16/06/2014	19:28	gol muller	433	tradicional	Gol de Muller pela Alemanha
75	16/06/2014	22:23	massacre alemao	170	tradicional	Vitória de Alemanha sobre Portugal por 4 a 0
76	16/06/2014	19:22	messi garotinho	110	tradicional	Messi não cumprimentou um garotinho que estava próximo a ele
77	16/06/2014	19:21	messi garoto	109	tradicional	Messi não cumprimentou um garotinho que estava próximo a ele
78	16/06/2014	19:01	besouro verde amarelo	108	tradicional	Besouro verde e amarelo aparece na casa de uma família do RJ durante o jogo da abertura da Copa
79	16/06/2014	19:20	messi cumprimenta	104	tradicional	Messi não cumprimentou um garotinho que estava próximo a ele
80	17/06/2014	16:19	#naovaiterbunda	7156	ciberconhecimento	Hashtag fazendo alusão ao #naovaitercopa associando ao fato de que o jogador Hulk nao iria jogar. No primeiro jogo da seleção, um dos assuntos que foram discutidos no Twitter foi a bunda do jogador
81	17/06/2014	16:19	#naovaiterbunda	7156	ciberconhecimento	Hashtag fazendo alusão ao #naovaitercopa associando ao fato de que o jogador Hulk não iria jogar. No primeiro jogo da seleção, um dos assuntos que foram discutidos no Twitter foi a bunda do jogador
82	17/06/2014	18:47	goleiro mexico	5063	tradicional	O goleiro do México, Ochoa, foi o destaque da partida entre Brasil e México, tendo sido creditado a ele o resultado de empate
83	17/06/2014	14:46	fuleco	4631	tradicional	Sobre o fato de o Fuleco mal aparecer nos jogos da Copa
84	17/06/2014	16:26	#haumanoogiganteacor davae hoje	3860	ciberconhecimento	Hashtag fazendo referencia ao 17 de junho de 2013, data em que aconteceram diversos protestos no Brasil e ocasião na qual a hashtag #ogiganteacordou foi bastante usada
85	17/06/2014	14:36	balotelli album	3556	ciberconhecimento	O jogador Balotelli postou na internet uma foto de seu álbum de figurinhas da Copa preenchido apenas com figurinhas dele na pagina referente a equipe da Itália
86	17/06/2014	14:30	hino	3307	tradicional	Sobre o hino nacional cantado a capela pelos torcedores antes do jogo do Brasil
87	17/06/2014	15:59	mao no ombro	907	tradicional	Os jogadores do Brasil entraram em campo um com a mão no ombro do outro. Tweets coletados logo após o Galvão Bueno ter explicado o porquê disso na Globo.
88	17/06/2014	16:43	capivara paul	892	ciberconhecimento	Capivara Paul previu vitória do Brasil sobre o México (no fim das contas, deu empate)
89	17/06/2014	14:41	fuleco sumido	153	tradicional	Sobre o fato de o Fuleco mal aparecer nos jogos da Copa
90	17/06/2014	16:33	#queremostwitteirosnar randoojogo	117	ciberconhecimento	Hashtag que chegou aos TTs do Twitter pedindo para tuiteiros narrarem o jogo
91	17/06/2014	14:25	capivara paul	109	ciberconhecimento	Capivara Paul previu vitória do Brasil sobre o México (no fim das contas, deu empate)

92	17/06/2014	16:34	hino nacional a capela	106	tradicional	Sobre o hino nacional cantado a capela pelos torcedores antes do jogo do Brasil
93	17/06/2014	18:40	brapel	101	cibercontecimento	As cores das equipes no jogo Brasil X Mexico fez lembrar um Bra-Pel
94	18/06/2014	13:38	beira rio	10906	tradicional	Dia de jogo em Porto Alegre, Austrália X Holanda
95	18/06/2014	13:45	van persie cahill	5596	tradicional	Discussão se o gol mais bonito da Copa teria sido o de Van Persie ou de Cahill
96	18/06/2014	10:51	ochoa	4182	tradicional	O goleiro do Mexico, Ochoa, foi o destaque da partida entre Brasil e Mexico, tendo sido creditado a ele o resultado de empate
97	18/06/2014	19:14	eliminacao espanha	2953	tradicional	Espanha perde para o Chile e é eliminada da Copa
98	18/06/2014	13:58	golaco australia	2550	tradicional	Dia de jogo em Porto Alegre, Austrália X Holanda
99	18/06/2014	10:28	holanda porto alegre	2019	tradicional	Dia de jogo em Porto Alegre, Austrália X Holanda
100	18/06/2014	19:11	protesto porto alegre	1947	tradicional	Protestos em dia de jogo em Porto Alegre
101	18/06/2014	10:38	ochoa	1582	tradicional	O goleiro do México, Ochoa, foi o destaque da partida entre Brasil e México, tendo sido creditado a ele o resultado de empate
102	18/06/2014	19:17	derrota espanha	1209	tradicional	Espanha perde para o Chile e é eliminada da Copa
103	18/06/2014	10:25	ochoa	1008	tradicional	O goleiro do México, Ochoa, foi o destaque da partida entre Brasil e México, tendo sido creditado a ele o resultado de empate
104	18/06/2014	19:28	traumatismo craniano	404	tradicional	Jogador da Holanda sofreu traumatismo craniano durante a partida
105	18/06/2014	19:10	protesto copa porto alegre	100	tradicional	Protestos em dia de jogo em Porto Alegre
106	18/06/2014	14:00	tamanho xís	32	tradicional	Tamanho do xís assusta estrangeiros em Porto Alegre
107	19/06/2014	15:12	uruguai x inglaterra	2713	tradicional	Tweets falando sobre o jogo que aconteceria logo mais, Uruguai x Inglaterra
108	19/06/2014	11:50	uruguai x inglaterra	1664	tradicional	Tweets falando sobre o jogo que aconteceria logo mais, Uruguai x Inglaterra
109	19/06/2014	15:13	chuva natal	1030	tradicional	Chuva forte em Natal, uma das cidades sede da Copa
110	19/06/2014	11:58	copa da zoeira	1023	cibercontecimento	Sobre as piadas nas redes sociais sobre a Copa
111	19/06/2014	15:03	errata felipao	201	tradicional	Folha de S.Paulo faz errata sobre entrevista de Conti com sócia do Scolari
112	19/06/2014	13:53	errata felipao	194	tradicional	Folha de S.Paulo faz errata sobre entrevista de Conti com sócia do Scolari
113	19/06/2014	21:47	scolari conti	137	tradicional	Folha de S.Paulo faz errata sobre entrevista de Conti com sócia do Scolari
114	19/06/2014	15:16	errata folha	107	tradicional	Folha de S.Paulo faz errata sobre entrevista de Conti com sócia do Scolari

115	19/06/2014	18:33	doce de leite uruguai	101	ciberacontecimento	Tweets relacionando a apreensão do Doce de Leite trazido pela seleção para a Copa com a fúria em campo
116	20/06/2014	18:56	#copadascopas	6237	ciberacontecimento	Hashtag que chegou aos TTs do Twitter
117	20/06/2014	18:46	benzema	2422	tradicional	Benzema foi eleito o jogador da partida no confronto França X Suíça
118	20/06/2014	18:39	costa rica	1858	tradicional	Costa Rica conseguiu se classificar mesmo estando no grupo teoricamente mais forte da Copa
119	20/06/2014	18:42	grupo da morte	1248	tradicional	Costa Rica conseguiu se classificar mesmo estando no grupo teoricamente mais forte da Copa
120	20/06/2014	18:43	grupo da morte costa rica	742	tradicional	Costa Rica conseguiu se classificar mesmo estando no grupo teoricamente mais forte da Copa
121	20/06/2014	18:40	costa rica memes	610	ciberacontecimento	Memes surgidos sobre a Costa Rica, conhecida como a "mata gigantes" da Copa (Eliminou Espanha e outras seleções grandes)
122	20/06/2014	19:01	gols roubados	210	tradicional	Benzema teria tido dois gols feitos mas "roubados" (anulados)
123	20/06/2014	18:57	franca humilha suica	78	tradicional	Sobre o jogo França X Suíça
124	21/06/2014	14:23	argentina x ira	2530	tradicional	Sobre o jogo Argentina X Ira
125	21/06/2014	21:50	ana maria braga	1238	ciberacontecimento	Ana Maria Braga teria feito confusão e falado em Gama e Messe (ao invés de Gana e Messi)
126	21/06/2014	21:40	klose ronaldo	910	tradicional	Klose marca o Gol número 15 e chega perto do recorde de Ronaldo
127	21/06/2014	14:10	vamos ira	812	ciberacontecimento	Torcida pela Argentina no jogo Argentina X Ira
128	21/06/2014	14:18	sou ira desde criançinha	102	ciberacontecimento	Torcida pela Argentina no jogo Argentina X Ira
129	21/06/2014	21:43	gama messe	60	ciberacontecimento	Ana Maria Braga teria feito confusão e falado em Gama e Messe (ao invés de Gana e Messi)
130	22/06/2014	20:32	cristiano ronaldo cabelo	2766	ciberacontecimento	Internautas reclamam que durante o jogo Cristiano Ronaldo parece mais preocupado em arrumar o cabelo
131	22/06/2014	11:33	beira rio	2044	tradicional	Tweets com o nome do estádio de Porto Alegre em dia que teria partida em Porto Alegre
132	22/06/2014	11:39	argelia coreia do sul	1966	tradicional	Sobre jogo Argélia X Coreia do Sul que aconteceria naquele dia em Porto Alegre
133	22/06/2014	17:29	fuleco kidiaba	1316	tradicional	Animação do Fuleco dançando a coreografia do Kidiaba do Mazembe aparece no telão do Beira Rio. O estádio é do Internacional que perdeu o título mundial para o Mazembe
134	22/06/2014	20:29	cr7 cabelo	1221	ciberacontecimento	Internautas reclamam que durante o jogo Cristiano Ronaldo parece mais preocupado em arrumar o cabelo
135	22/06/2014	18:11	beira rio fuleco	958	tradicional	Animação do Fuleco dançando a coreografia do Kidiaba do Mazembe aparece no telão do Beira Rio. O estádio é do Internacional que perdeu o título mundial para o Mazembe
136	22/06/2014	20:12	cristiano ronaldo bumbum	114	ciberacontecimento	Cristiano Ronaldo estaria sendo perseguido pela Miss Bumbum

137	22/06/2014	17:32	fuleco beira rio	109	tradicional	Animação do Fuleco dançando a coreografia do Kidiaba do Mazembe aparece no telão do Beira Rio. O estádio é do Internacional que perdeu o título mundial para o Mazembe
138	22/06/2014	20:33	cristiano ronaldo voldemort	104	cibercontecimento	Internautas reclamam que durante o jogo Cristiano Ronaldo parece mais preocupado em arrumar o cabelo
139	22/06/2014	20:20	tecnico argelia imprensa	104	tradicional	Técnico da Argélia critica imprensa após vitória do time
140	22/06/2014	20:22	feita argelinos	101	tradicional	Argélia vence e faz festa em porto Alegre
141	22/06/2014	20:19	allejo curitiba	31	cibercontecimento	Piada da prefeitura de Curitiba usando o personagem Allejo
142	23/06/2014	17:41	cabelo neymar	2513	tradicional	Sobre o cabelo do Neymar
143	23/06/2014	18:22	#forafred	1953	cibercontecimento	Internautas pediam para tirar jogador Fred de campo por sua péssima atuação. Nesse meio tempo, Fred fez um gol.
144	23/06/2014	18:02	artilheiro da copa	1872	tradicional	Neymar faz dois gols e se torna artilheiro da Copa
145	23/06/2014	17:06	estadio nacional mane garrincha	1664	tradicional	Expressão que foi parar nos TTs com o nome do estádio onde se realizaria o jogo do Brasil logo mais naquele mesmo dia
146	23/06/2014	17:37	goooool	789	tradicional	Hashtag #Goooool foi parar nos TTs após gol do Brasil na Copa
147	23/06/2014	14:57	invasao argentina	641	tradicional	Sobre presença de argentinos em Porto Alegre
148	23/06/2014	17:10	olodum	622	tradicional	Olodum tocou antes do jogo do Brasil na Copa
149	23/06/2014	14:50	sp feriado vereadores	169	tradicional	Vereadores vetaram fazer feriado em dia de jogo do Brasil na Copa em SP, mas não foram trabalhar
150	23/06/2014	17:29	gol numero 100	109	tradicional	Neymar fez o gol numero 100 da Copa
151	23/06/2014	17:03	marcio canuto	105	tradicional	Críticas a Marcio Canuto, comentarista de Copas da Globo
152	23/06/2014	17:14	#nacopazh	34	cibercontecimento	Hashtag usada pelo jornal Zero Hora para a cobertura da Copa
153	24/06/2014	21:52	argentinos porto alegre	3698	tradicional	Sobre presença de argentinos em Porto Alegre
154	24/06/2014	10:09	uruguai x italia	304	tradicional	Sobre a partida Uruguai x Itália que aconteceria naquele mesmo dia
155	24/06/2014	21:33	jogador mais velho	203	tradicional	Mondragon entrou em campo e se tornou o jogador mais velho a atuar em jogos da Copa do Mundo
156	24/06/2014	10:00	protesto paulista	135	tradicional	Protesto marcado para a Av. Paulista em SP
157	24/06/2014	11:13	raio espanha	105	tradicional	Após ser eliminada da Copa, raio atinge avião que transportava equipe da Espanha para casa na chegada na Europa
158	24/06/2014	21:44	grecia deuses	103	cibercontecimento	Vitória da Grécia na Copa é atribuída aos deuses gregos
159	24/06/2014	10:28	neymar imprensa mundial	102	tradicional	Imprensa mundial destaca atuação de Neymar
160	24/06/2014	9:58	protesto copa policiais	82	tradicional	Protesto teria mais policiais do que manifestantes

161	25/06/2014	22:35	mordida suarez	2206	tradicional	Jogador Suarez do Uruguai é acusado de ter mordido adversário no jogo Uruguai x Itália ocorrido no dia anterior
162	25/06/2014	20:56	principe harry brasil	1018	tradicional	Príncipe Harry estava no Brasil e foi ao jogo da Inglaterra na Copa
163	25/06/2014	20:30	mordida suarez	614	tradicional	Jogador Suarez do Uruguai é acusado de ter mordido adversário no jogo Uruguai x Itália ocorrido no dia anterior
164	25/06/2014	21:08	messi argentina	320	tradicional	Sobre a atuação do jogador Messi durante jogo da Argentina
165	25/06/2014	21:14	nigeria criançinha	130	cibercontecimento	Em dia que teria jogo da Argentina contra a Nigéria, internautas fazem piada de que seriam Nigéria desde criança
166 o	26/06/2014	16:44	tchau portugal	1208	cibercontecimento	Mesmo vencendo a partida, Portugal foi eliminado da Copa. Internautas deram tchau para Portugal
167	26/06/2014	16:58	adidas suarez	537	tradicional	Por conta da mordida de Suarez, o jogador foi suspenso e a Adidas parou de exibir ações comerciais com o jogador
168	26/06/2014	17:03	alemanha porto alegre	102	tradicional	Alemanha se classifica em primeiro lugar do grupo G e irá jogar as oitavas de final em Porto Alegre
169	26/06/2014	16:41	obama aviao	82	tradicional	Obama teria assistido ao jogo dos EUA no avião presidencial
170	28/06/2014	13:42	agenciapf	4585	cibercontecimento	Twitter da PF anunciou ameaça de bomba e possível evacuação do estádio onde teria jogo do Brasil. A ameaça era falsa. Alegaram que foram hackeados
171	28/06/2014	16:18	trave brasileira	2013	tradicional	Tanto durante o jogo e também nos pênaltis, o Brasil foi "salvo" com dois chutes a gol do Chile que bateram na trave
172	28/06/2014	14:59	hino vaia	1786	tradicional	Sobre o fato de os torcedores brasileiros terem vaiado o hino do adversário
173	28/06/2014	9:20	suarez mordida	1560	tradicional	Jogador Suarez do Uruguai é acusado de ter mordido adversário no jogo Uruguai x Itália ocorrido no dia anterior
174	28/06/2014	16:26	bomba	1535	cibercontecimento	Twitter da PF anunciou ameaça de bomba e possível evacuação do estádio onde teria jogo do Brasil. A ameaça era falsa. Alegaram que foram hackeados
175	28/06/2014	13:49	bomba	1136	cibercontecimento	Twitter da PF anunciou ameaça de bomba e possível evacuação do estádio onde teria jogo do Brasil. A ameaça era falsa. Alegaram que foram hackeados
176	28/06/2014	13:45	bomba	924	cibercontecimento	Twitter da PF anunciou ameaça de bomba e possível evacuação do estádio onde teria jogo do Brasil. A ameaça era falsa. Alegaram que foram hackeados
177	28/06/2014	14:11	#forafred	917	cibercontecimento	Usuários do Twitter pediram a saída de Fred novamente - e ele saiu
178	28/06/2014	13:44	bomba	823	cibercontecimento	Twitter da PF anunciou ameaça de bomba e possível evacuação do estádio onde teria jogo do Brasil. A ameaça era falsa. Alegaram que foram hackeados
179	28/06/2014	16:17	julio cesar	405	tradicional	O jogador Júlio Cesar foi escolhido o jogador da partida devido às defesas que fez durante o jogo e nos pênaltis

180	28/06/2014	13:38	ameaca bomba	113	cibercontecimento	Twitter da PF anunciou ameaça de bomba e possível evacuação do estádio onde teria jogo do Brasil. A ameaça era falsa. Alegaram que foram hackeados
181	28/06/2014	13:57	quadribol	108	cibercontecimento	Piada que surgiu após uma falta cometida em cima de Neymar em que o jogador voou por cima do adversário
182	28/06/2014	9:11	atirador abertura	101	tradicional	Notícia da Folha que circulou nessa data dizia que um atirador de elite quase disparou na abertura da Copa ao encontrar um suspeito não identificado portando uma arma
183	28/06/2014	16:01	trave brasileira	101	tradicional	Tanto durante o jogo e também nos pênaltis, o Brasil foi "salvo" com dois chutes a gol do Chile que bateram na trave
184	28/06/2014	16:02	trave dilma	100	cibercontecimento	Tanto durante o jogo e também nos pênaltis, o Brasil foi "salvo" com dois chutes a gol do Chile que bateram na trave
185	28/06/2014	16:01	travessao brasileiro	100	tradicional	Tanto durante o jogo e também nos pênaltis, o Brasil foi "salvo" com dois chutes a gol do Chile que bateram na trave
186	28/06/2014	14:57	fuleco na mao	51	cibercontecimento	Tuitado pouco antes da cobrança de pênaltis, devido ao nervosismo
187	28/06/2014	13:42	hacker pf	48	cibercontecimento	Twitter da PF anunciou ameaça de bomba e possível evacuação do estádio onde teria jogo do Brasil. A ameaça era falsa. Alegaram que foram hackeados
188	29/06/2014	20:54	virada holanda	302	tradicional	Holanda venceu a partida contra o México pelas oitavas de final de virada
189	29/06/2014	20:58	schweinteger gremio	105	tradicional	Jogador da Alemanha que jogou em Porto Alegre vestiu a camiseta do Grêmio
190	30/06/2014	22:25	alemanha x franca	3833	tradicional	Com a vitória da Alemanha e da França nas respectivas partidas pelas oitavas de final, foi confirmado que os dois times se enfrentariam nas quartas de final
191	30/06/2014	21:21	argelia	718	tradicional	Argelia perdeu para a Alemanha em partida em Porto Alegre pelas oitavas de final
192	1/7/14	21:02	belgica prorrogacao	100	tradicional	Sobre a vitória da Bélgica na prorrogação pelas oitavas de final
193	1/7/14	21:01	selfie orion	42	cibercontecimento	Jogador Orion fez um selfie constrangedor em que aparece outro jogador pelado ao fundo
194	1/7/14	21:03	jogo la mordida	26	cibercontecimento	Jogo La Mordida foi criado inspirado na mordida de Suarez em campo
195	2/7/14	16:56	goleiro dos eua	1223	tradicional	Apesar da derrota, o goleiro dos EUA Howard fez ótimas defesas e foi escolhido o jogador da partida
196	3/7/14	16:50	viaduto belo horizonte	5050	tradicional	Um viaduto que fazia parte das obras de mobilidade para a Copa do Mundo desabou em Belo Horizonte e deixou dois mortos e dezenas de feridos
197	3/7/14	9:03	shakira final copa	235	tradicional	Foi anunciado que a cantora Shakira irá participar da final da Copa no Brasil
198	3/7/14	17:11	howard goleiro eua	201	tradicional	Apesar da derrota, o goleiro dos EUA Howard fez ótimas defesas e foi escolhido o jogador da partida

199	4/7/14	16:04	brasil x colombia	4816	tradicional	Um pouco antes de começar o jogo Brasil x Colômbia
200	4/7/14	16:25	daniel alves maicon	2951	tradicional	O Brasil anunciou que o jogador Maicon atuaria no lugar de Daniel Alves, como titular, durante a partida
201	4/7/14	16:41	hummels lindo	453	ciberacontecimento	Tuiteiras passaram a twittar que o jogador Hummels da Alemanha, autor do gol da vitória sobre a França, é lindo
202	5/7/14	23:55	avo marcelo	5169	tradicional	O avô do jogador Marcelo faleceu um dia após o jogo do Brasil pelas quartas de final
203	5/7/14	23:48	neymar fora da copa	1324	tradicional	Jogador Neymar sofre lesão e está fora da Copa
204	5/7/14	23:51	krul dois penaltis	101	tradicional	O goleiro Krul, da Holanda, entrou apenas no final do jogo e pegou 2 pênaltis
205	6/7/14	21:54	lesao neymar	3390	tradicional	Jogador Neymar sofre lesão e está fora da Copa
206	6/7/14	21:45	cbf cartao thiago	2532	tradicional	CBF tentou pedir anulação do cartão amarelo do jogador Thiago, recebido no jogo das quartas de final
207	6/7/14	21:47	enfermeira neymar	550	ciberacontecimento	Enfermeira é demitida após postar vídeo mostrando Neymar dando entrada no hospital
208	6/7/14	21:41	zuniga pede desculpas	139	ciberacontecimento	Jogador colombiano Zuniga que causou lesão em Neymar pede desculpas no Facebook
209	6/7/14	21:46	enfermeira neymar demitida	116	ciberacontecimento	Enfermeira é demitida após postar vídeo mostrando Neymar dando entrada no hospital
210	7/7/14	22:00	venda ilegal de ingressos	2351	tradicional	Diretor a Match estaria envolvido em esquema de venda ilegal de ingressos
211	7/7/14	22:02	memes copa	717	ciberacontecimento	Sobre os memes que surgiram com a Copa
212	7/7/14	21:31	mafia dos ingressos	216	tradicional	Diretor a Match estaria envolvido em esquema de venda ilegal de ingressos
213	7/7/14	22:03	#jogapraele	160	ciberacontecimento	Hashtag patrocinada pela Sadia para incentivar os jogadores a jogarem por Neymar
214	7/7/14	22:00	diretor match	110	tradicional	Diretor a Match estaria envolvido em esquema de venda ilegal de ingressos
215	7/7/14	22:01	ray whelan preso	97	tradicional	Diretor a Match estaria envolvido em esquema de venda ilegal de ingressos
216	8/7/14	20:06	mick jagger mineirao	5345	tradicional	Após a derrota do Brasil, descobriu-se que o cantor Mick Jagger, com fama de pé frio, estava no estádio
217	8/7/14	19:22	gol de honra	5058	tradicional	Ao final do jogo, Oscar fez um gol e reduziu para 7 a 1
218	8/7/14	18:28	11 fredds	2711	ciberacontecimento	Trending Topic do Twitter, refere-se à piada de que estariam 11 Freds em campo contra a Alemanha (todos os jogadores apáticos)
219	8/7/14	17:01	simpsons	2700	tradicional	Episódio dos Simpsons teria previsto uma derrota do Brasil para a Alemanha na Copa
220	8/7/14	18:05	apagao	2664	tradicional	Após levar 4 gols em um intervalo de 10 minutos, passou-se a dizer que a seleção teria sofrido um apagão.

221	8/7/14	18:01	apagao	2251	tradicional	Após levar 4 gols em um intervalo de 10 minutos, passou-se a dizer que a seleção teria sofrido um apagão.
222	8/7/14	17:33	vexame	1306	tradicional	Após o Brasil levar 5 gols, passou-se a falar em vexame
223	8/7/14	16:02	homenagem a neymar	1196	tradicional	A torcida fez uma homenagem a Neymar antes do jogo
224	8/7/14	18:31	casas bahia	1004	cibercontecimento	Após levar 6 gols da Alemanha, as Casas Bahia foram parar nos TTs devido a uma promoção que daria TV a 1 real caso o Brasil ganhasse a Copa
225	8/7/14	16:53	mineirao ashton kutcher	634	tradicional	O ator Ashton Kutcher foi visto no estádio para assistir ao jogo Brasil e Alemanha
226	8/7/14	18:49	gol de honra	501	tradicional	Ao final do jogo, Oscar fez um gol e reduziu para 7 a 1
227	8/7/14	17:56	replay ou gol	405	cibercontecimento	Após o 5º gol, brasileiros começaram a tuitar que não sabiam mais se era replay ou novo gol da Alemanha
228	8/7/14	16:30	bernard e maicon	198	tradicional	Os jogadores Bernard e Maicon foram escalados para substituir Thiago e Neymar
229	8/7/14	16:27	capivara paul	120	cibercontecimento	A capivara Paul teria previsto a vitória do Brasil
230	8/7/14	17:10	bra-pel	118	cibercontecimento	A cor dos uniformes das seleções de Brasil e Alemanha fez com que internautas associassem ao confronto Bra-Pel
231	8/7/14	16:51	ashton kutcher	115	tradicional	O ator Ashton Kutcher foi visto no estádio para assistir ao jogo Brasil e Alemanha
232	8/7/14	17:15	david e o julio	113	tradicional	Expressão que foi parar nos TTs no começo do jogo
233	8/7/14	19:24	quebra-quebra savassi	107	tradicional	Após a derrota do Brasil, houve um princípio de quebra-quebra na avenida Savassi, em Belo Horizonte
234	8/7/14	17:37	maior goleada	103	tradicional	Quando o jogo atingiu o placar de 5 a 0, começou-se a dizer que seria a maior goleada do Brasil em Copas do mundo
235	8/7/14	17:40	exoesqueleto	101	cibercontecimento	Após o Brasil estar perdendo de 5 a 0, piadas começaram a surgir na rede dizendo que Neymar entraria em campo com o exoesqueleto
236	8/7/14	17:54	volkswagen gol	101	cibercontecimento	Piada que surgiu no intervalo do jogo aludindo à fábrica da Volkswagen e à produção de carros Gol
237	8/7/14	19:36	zoeira copa	101	cibercontecimento	Memes surgidos sobre a derrota do Brasil para a Alemanha
238	8/7/14	18:33	hexaesqueleto	99	cibercontecimento	Quando o Brasil levou o sexto gol, piadas relacionaram o hexa com o exoesqueleto
239	9/7/14	23:12	tecnico holanda	1835	tradicional	Técnico da Holanda diz que não deveria ter disputa pelo terceiro lugar
240	9/7/14	10:22	bolao copa	1349	tradicional	Após a derrota por 7 a 1, começou a busca pelos raros vencedores de bolão
241	9/7/14	23:10	argentina final	535	tradicional	Argentina vence e vai para a final
242	10/7/14	14:02	jogadores alemaes	2096	tradicional	Jogadores alemães teriam feito pacto para manterem a postura durante o segundo tempo

243	10/7/14	13:59	galvao final	742	tradicional	Globo decide usar Galvão para narrar a final, ao invés de narrar a disputa pelo terceiro lugar com o Brasil
244	10/7/14	14:00	argentinos itaquerao	108	tradicional	Torcedores argentinos teriam deprecado o estádio durante jogo do Brasil
245	10/7/14	14:04	jogo mais tuitado	104	ciberacontecimento	O jogo Brasil e Alemanha foi a partida esportiva mais tuitada da história
246	11/7/14	11:52	ingressos final	200	tradicional	A dois dias do encerramento, a venda de ingressos para a final da Copa por cambistas chega a valores de 30 mil reais
247	11/7/14	11:39	lucia email	124	tradicional	Uma pessoa de nome Lucia teria enviado um e-mail elogiando a seleção, apesar da atuação ruim no jogo do dia 08/07
248	11/7/14	11:59	garota suicida	115	tradicional	Garota de 15 anos do Nepal teria se suicidado depois da derrota do Brasil para a Alemanha por 7 a 1
249	12/7/14	18:41	goleiro da holanda	5071	ciberacontecimento	Goleiro da Holanda encostou-se na trave e se tornou objeto de meme nas redes.
250	12/7/14	17:13	bagaco laranja	3749	ciberacontecimento	Piada com Brasil e Holanda
251	12/7/14	17:19	apagao	3481	tradicional	O assunto do apagão na Copa foi retomado quando o Brasil levou um gol da Holanda em menos de 2 minutos
252	12/7/14	17:08	penalti holanda	3446	tradicional	Logo no começo do jogo, a Holanda bateu um pênalti
253	12/7/14	16:35	maxwell	3059	tradicional	O jogador Maxwell foi anunciado como titular em campo
254	12/7/14	16:54	neymar no banco	1934	tradicional	Mesmo machucado, o jogador Neymar acompanhou a partida da semi final no banco de reservas
255	12/7/14	18:46	melhor jogo fred	1534	ciberacontecimento	Piada que rolou no Twitter sobre este ser o melhor jogo do Fred (ele não entrou em campo)
256	12/7/14	17:03	holanda de azul	712	tradicional	Sobre a cor do uniforme da Holanda na partida da semi final
257	12/7/14	17:05	gol da alemanha	500	ciberacontecimento	Assim que a Holanda fez o primeiro gol, usuários tuitaram gol da Alemanha
258	12/7/14	16:49	20 milhões	314	tradicional	20 milhões de dólares é o valor a ser pago para o quarto lugar na copa
259	12/7/14	16:27	fan fest porto alegre	305	tradicional	A fan fest de Porto Alegre estava cheia e teria show da banda Cidadão Quem
260	12/7/14	16:45	44 milhões	113	tradicional	44 milhões de reais é o valor a ser pago para o quarto lugar na copa
261	12/7/14	18:35	juiz ruim	108	tradicional	A atuação do juiz do jogo Brasil e Alemanha foi questionada
262	13/07/2014	20:37	shakira	11723	tradicional	A cantora Shakira participou da cerimônia de encerramento da Copa
263	13/07/2014	20:45	abertura encerramento	4482	tradicional	Tweets comparando as cerimônias de abertura e encerramento da Copa
264	13/07/2014	21:11	alemanha tetra	3463	tradicional	A Alemanha venceu e recebeu seu quarto título
265	13/07/2014	20:25	cerimonia de encerramento	3063	tradicional	Nessa data houve a cerimônia de encerramento da Copa

266	13/07/2014	20:49	fuleco	3008	tradicional	Após um sumiço notável, o mascote da Copa, Fuleco, aparece no encerramento da Copa
267	13/07/2014	21:03	podolski brasileiro	2999	cibercontecimento	Por conta de seus tweets em português o jogador da Alemanha Podolski passou a ser tratado como brasileiro no Twitter
268	13/07/2014	20:54	gol anulado	1282	tradicional	A Argentina teve um gol anulado logo no começo do jogo
269	13/07/2014	20:58	cristo sol	1038	tradicional	A imagem do Cristo Redentor com o pôr do sol foi exibida no telão do estádio
270	13/07/2014	21:20	dilma vaia taça	124	tradicional	A presidente Dilma teria sido vaiada ao entregar a taça para os vencedores
271	13/07/2014	20:51	aja naturalmente	113	cibercontecimento	Meme que circulou no Twitter com uma foto de Dilma e Angela Merkel no estádio
272	13/07/2014	20:52	comemoracao gol anulado	102	tradicional	Um jogador da Argentina fez uma comemoração longa para um gol que foi anulado

APÊNDICE B – Captura de tela do software NodeXL com dados da pesquisa.

The screenshot displays the Microsoft Excel interface with the NodeXL add-in. The Excel spreadsheet contains the following data:

	Vertex 1	Vertex 2	Tweet	URLs in	Domains in	Hashtags in	Tweet Date (t
3	reload_len	um_virgem	RT @um_virgem: A Globo mostra um ônibus manol				6/12/2014 19
4	wene	Vertex 1 Name	RT @impedimento: Sério que o exoesqueleto já fo				6/12/2014 19
5	maria	Enter the name of	RT @samuelleite: E não rolou image exoesqueleto				6/12/2014 19
6	joulie	the edge's first	RT @arrowp: quer ver exoesqueleto coloca no disc				6/12/2014 19
7	soysu	vertex.	RT @lblar http://goo.glo		Mundial2014 A		6/12/2014 19
8	vovomaluq	brsamba	RT @brsamba: A abertura da Copa foi simples, sinc				6/12/2014 19
9	vanessasca	vanessasca	Para quer http://glo.glo		globo.com		6/12/2014 19
10	camparime	camparime	El gran error del mundial es que no puntapieincia				6/12/2014 19
11	cassio_mell	trasel	RT @trasel: O espaço dado ao exoesqueleto do Nic				6/12/2014 19
12	tobias_amy	pervasiva	RT @Pervasiva: Assisti a abertura para ver o exoesq				6/12/2014 19
13	debynham:	drogalizad	RT @drogalizado: Perdemos o chute do deficiente				6/12/2014 19
14	poxanogue	oficialJoao	RT @OficialJoao: A Globo preferiu mostrar o ônibu				6/12/2014 19
15	esilles	materia_cie	RT @mate http://esr.esr		esmateria.com		6/12/2014 19

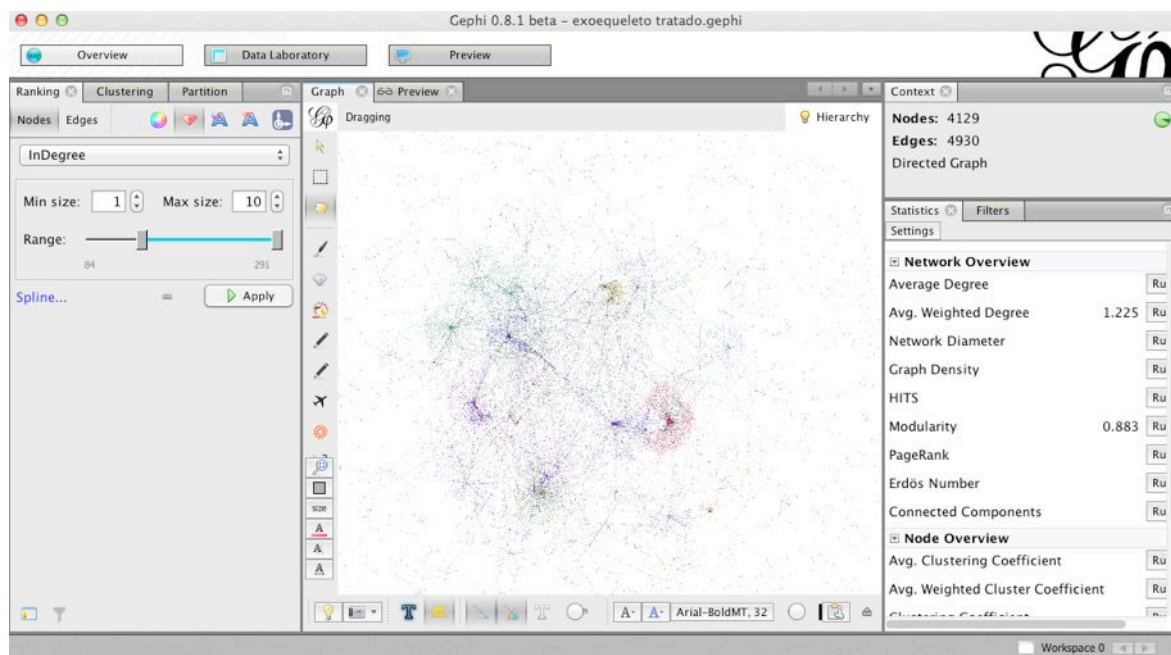
The NodeXL interface is overlaid on the right side of the Excel window. It shows the 'Document Actions' pane with the following content:

NODEX Network
The Soc

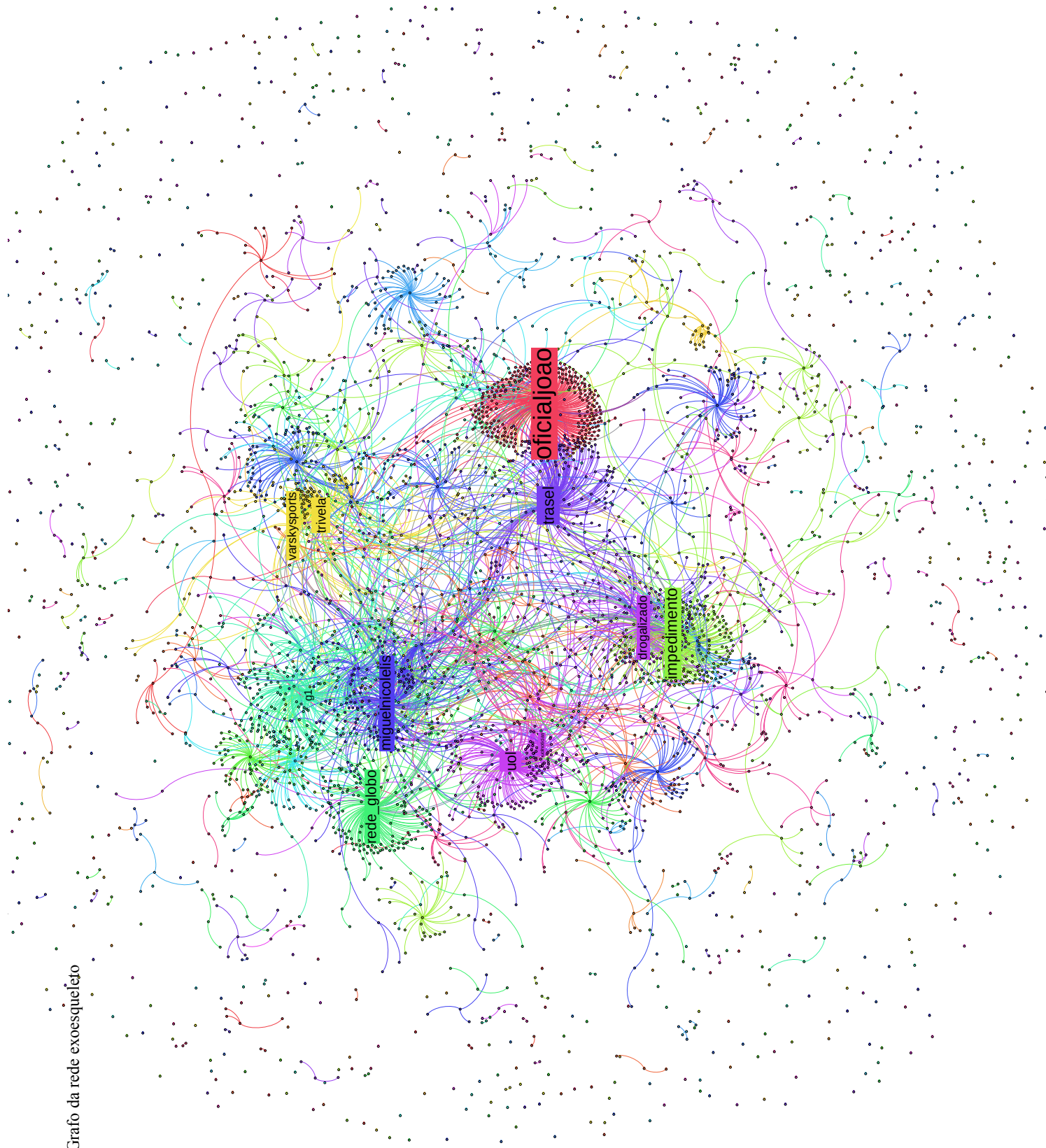
- NodeXL is brought to you by the [Social Media Research Foundation](#).
- Do you have questions, comments or requests concerning NodeXL? Please join us on the [NodeXL discussion list](#).

The NodeXL interface also includes a 'Show Graph' button and a 'Fruchterman-Reingo' layout option.

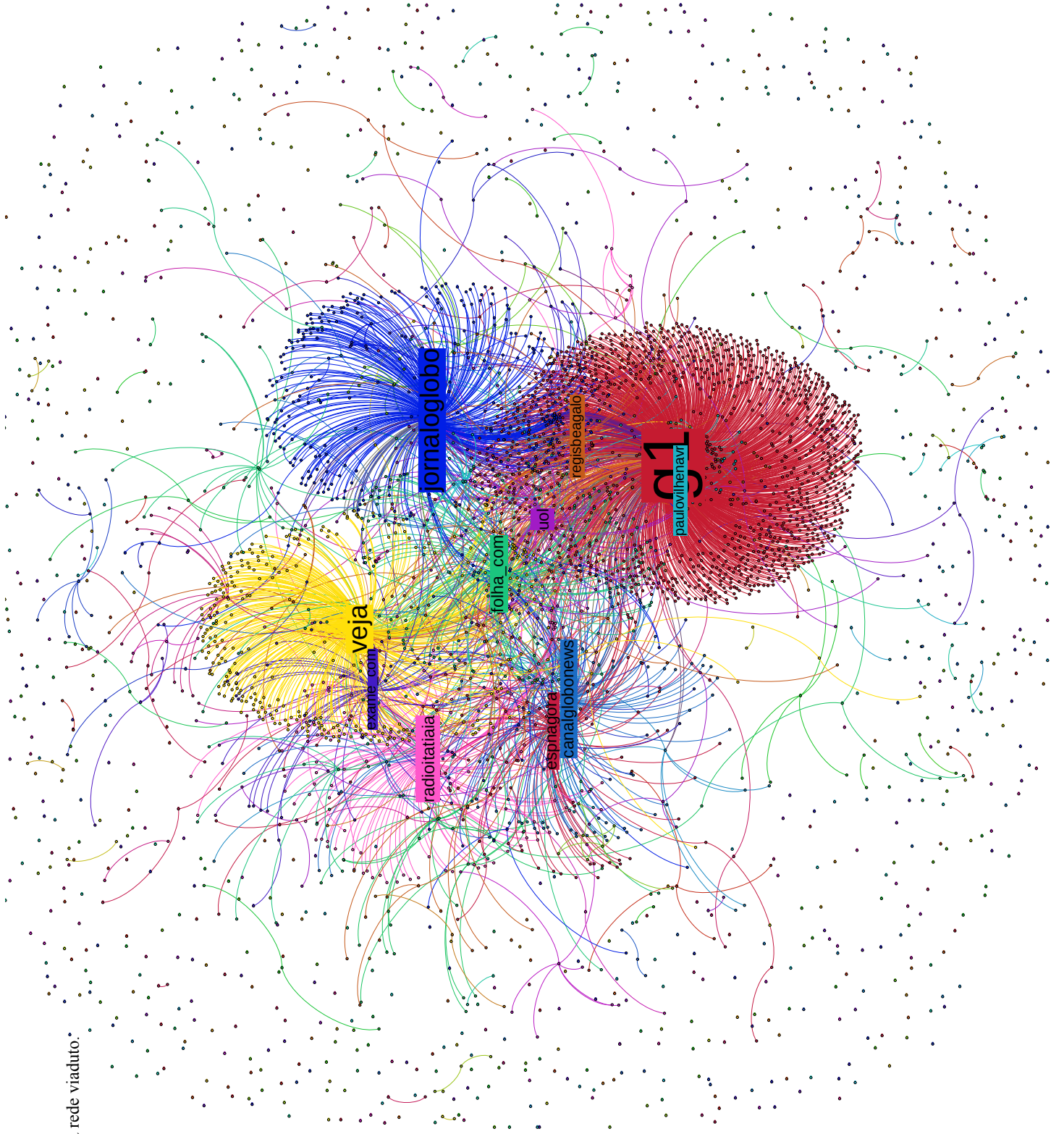
APÊNDICE C – Capturas de tela do software Gephi com dados da pesquisa.



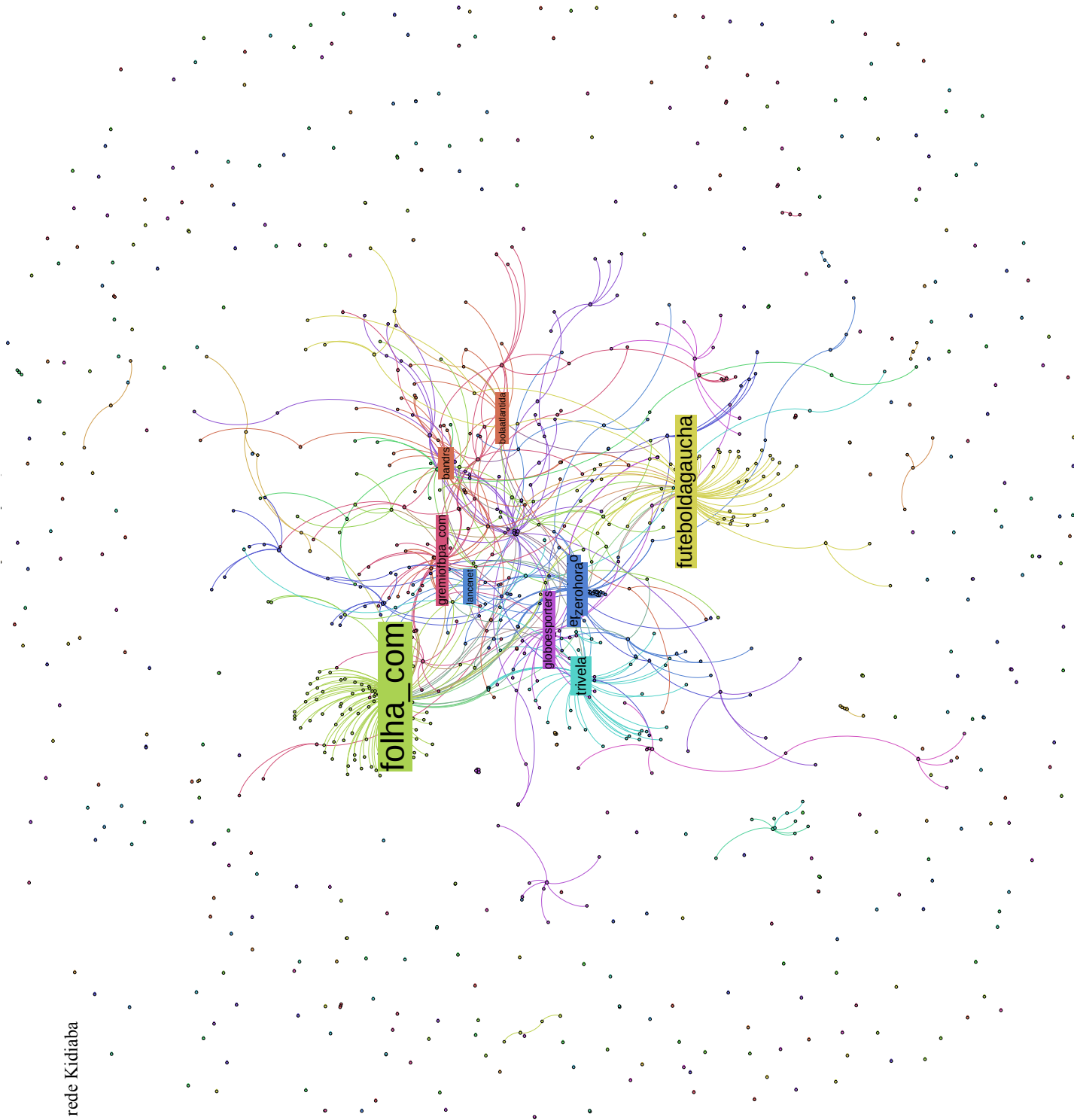
Apêndice D - Grafo da rede exoesqueleto



Apêndice E - Grafo da rede viaduto*



Apêndice F - Grafo da rede Kidiaba



Apêndice G - Grafo da rede meme

