

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

NÍVEL MESTRADO

KELLEN MENDES HÖEHR

A CONSTRUÇÃO DE NOTÍCIAS NO TWITTER
Ciberacontecimentos, fluxos e apropriações jornalísticas

SÃO LEOPOLDO
2013

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

NÍVEL MESTRADO

KELLEN MENDES HÖEHR

A CONSTRUÇÃO DE NOTÍCIAS NO TWITTER
Ciberacontecimentos, fluxos e apropriações jornalísticas

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, na área de concentração Processos Midiáticos, linha de pesquisa Linguagem e Práticas Jornalísticas.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo César Henn

SÃO LEOPOLDO
2013

H693c Höehr, Kellen Mendes

A construção de notícias no twitter: cibercontecimentos, fluxos e apropriações jornalísticas / por Kellen Mendes Höehr. -- São Leopoldo, 2013.

111 f.: il. color ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, RS, 2013.

Orientação: Prof. Dr. Ronaldo César Henn, Ciências da Comunicação.

1.Jornalismo. 2.Jornalismo eletrônico. 3.Twitter (Rede social on-line). 4.Notícias no twitter. 5.Redes sociais on-line. I.Henn, Ronaldo César. II.Título.

CDU 070

070:004.738.5

004.773

Catálogo na publicação:
Bibliotecária Carla Maria Goulart de Moraes – CRB 10/1252

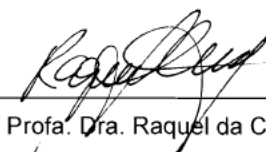
KELLEN MENDES HÖEHR

“A CONSTRUÇÃO DE NOTÍCIAS NO TWITTER CIBERACONTECIMENTOS,
FLUXOS E APROPRIAÇÕES JORNALÍSTICAS”

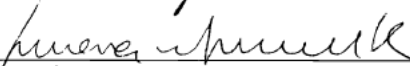
Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

Aprovada em 10 de abril de 2013

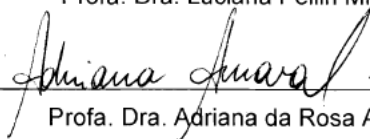
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Raquel da Cunha Recuero – UCPEL



Profa. Dra. Luciana Pellin Mielniczuk – UFRGS



Profa. Dra. Adriana da Rosa Amaral – UNISINOS



Prof. Dr. Ronaldo Cesar Henn – UNISINOS

AGRADECIMENTOS

O Mestrado é uma etapa de vida. Uma fase onde o amadurecimento floresce, as reflexões se solidificam e nos tornamos pensadores de um mundo cada vez mais complexo. Esses dois anos de muita dedicação, estudos e conhecimentos compartilhados não teriam sido os mesmos sem a presença de algumas pessoas. Por isso, gostaria de agradecer com todo o carinho e gratidão:

A UNISINOS, uma das melhores instituições do país, que me proporcionou conhecimento de ponta e subsídios para que a pesquisa fosse realizada da melhor forma. A CAPES, pela bolsa de estudos parcial, item principal para cumprir com meus objetivos acadêmicos e possibilitar minha qualificação.

Ao meu orientador, Ronaldo Henn, um obrigado especial por acreditar em minha pesquisa desde o início, pela parceria e intensa troca de conhecimento, que me guiou por caminhos desconhecidos e que se tornaram norteadores para a produção deste trabalho.

Às professoras da Linha de Pesquisa “Linguagens e Práticas Jornalísticas”, Christa Berger e Beatriz Marocco pela amizade e ensinamentos durante todos os momentos do curso.

Aos professores Antônio Fausto Neto, referência desde as aulas da graduação, José Luiz Braga, professor exemplar, que a cada aula me surpreendia pela sua experiência e construções epistemológicas, Adriana Amaral e Luciana Mielniczuk pelas importantes contribuições na qualificação.

Aos colegas de Mestrado e Doutorado, em especial ao Felipe Viero, João Vitor Santos, Felipe Oliveira, Ângela Zamin, Márcia Veiga e Alciane Baccin, por sempre estarem por perto e pela amizade consolidada nesse tempo.

Aos amigos Maurício Tonetto, pelo incentivo inicial de construir um projeto de pesquisa para ingressar no mestrado e Ana Marta Moreira Flores, amiga desde a graduação, companheira de trocas acadêmicas, parceira de traduções, com quem dividi anseios e angústias na finalização da dissertação.

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo percorrer o caminho de construção de notícias no Twitter a partir dos fluxos de informações desenvolvidos na plataforma e o uso que o jornalismo faz deles. Através da movimentação dos atores em rede e intensos processos de negociação e tradução das mensagens, nota-se um conjunto de trocas simbólicas que são ressignificadas a todo o momento, gerando um fluxo semiótico marcado pela disputa de poder e visibilidade dentro da rede. A hipótese proposta é que alguns acontecimentos já têm em sua constituição elementos das redes sociais digitais que os permitem se proliferar com maior intensidade dentro desse ambiente semiosférico. Para isso, foram observados dois acontecimentos da ordem do imprevisível, refletidos como fenômenos das redes sociais digitais: a quase separação da dupla sertaneja Zezé Di Camargo e Luciano, onde a análise se centrou exclusivamente na apropriação jornalística do caso e o meme Luiza do Canadá, observado de acordo com a sua construção no Twitter, os fluxos desenvolvidos e a apropriação do jornalismo. A partir de uma análise qualitativa dos materiais coletados e à luz de conceitos da semiótica da cultura e da linguagem, propomos um exercício de reflexão sobre o ambiente onde se estabelecem esses processos que desencadeiam agendas difusas entre o público e os media e revelam novos fenômenos culturais na sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Twitter; ciberacontecimentos; semiose; fluxos.

ABSTRACT

This study aims to take the path of news construction on Twitter from flows of information developed on the platform and use that journalism makes of them. Through the movement of the actors in the network and intense processes of negotiation and translation of messages, there is a set of symbolic exchanges that are resignified all the time, generating a semiotic stream characterized by the power struggle and visibility within the network. The proposed hypothesis is that some events already have in their constitution elements of digital social networks that allow them to proliferate more strongly within that semiospheric environment. For this, two events were observed in the range of unpredictable, reflected as phenomenon of social networks: the nearly separation of the singers Zezé Di Camargo and Luciano, where the analysis focused exclusively on the journalistic appropriation of the case and meme Luiza in Canada, observed according to its construction on Twitter, the developed flows and journalistic appropriation. From a qualitative analysis of collected materials and from the concepts of semiotics of culture and language, we propose a reflection on the environment where these processes are settle that trigger diffuse agendas between the public and the media and reveal new cultural phenomena in society.

KEYWORDS: Journalism; Twitter; ciberevents; semiosis; flows.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1– Reprodução do rascunho de Jack Dorsey, ainda na fase de criação da ferramenta “Status”, antes da consolidação do Twitter. Fonte: Flickr.com.....	21
Figura 2 – Exemplo de leitor ideal no Twitter (29/01/2012 – 15h40).....	27
Figura 3– Trending Topics Portal G1 (28/10/2011 – 14h30).....	57
Figura 4 – Trending Topics Brasil (28/10/2011 - 14h30)	58
Figura 5 – Trending Topics Brasil (28/10/2011 - 15h06)	58
Figura 6 – Destaque do acontecimento na capa do Portal G1 (28/10/2011 – 14h40).....	59
Figura 7 – O portal G1 foi um dos primeiros a noticiar (28/10/2011 – 14h40)	60
Figura 8 – O vídeo de um espectador utilizado como fonte (28/10/2011 – 14h40).....	61
Figura 9 – O Twitter utilizado como fonte para a matéria jornalística.....	61
Figura 10 - Portal R7 – Capa do dia 28 de outubro de 2011 – 14h40	62
Figura 11 – 1ª matéria do Portal R7 sobre o acontecimento (28/10/11 – 14h30).....	63
Figura 12 – Blog como fonte da matéria jornalística no Portal R7 (28/10/11 – 14h30)	63
Figura 13 – Tweet do perfil de Luiza Rabelo (12/01/2012 – 19h12).....	70
Figura 14 – Tweet do perfil de Luiza Rabelo (12/01/2012 – 19h15).....	70
Figura 15 - Tweet do perfil de Luiza Rabelo (12/01/2012 – 19h15).....	71
Figura 16 – Tweet do perfil de Luiza Rabelo (12/01/2012 – 19h19).....	71
Figura 17 – Gerenciador Topsy (24/01/2012 – 8h32) – Reprodução/Twitter.....	72
Figura 18 – Perfil do @ClaroRonaldo - Reprodução/Twitter	72
Figura 19 – Perfil do jornalista Willian Bonner @realwbonner – Reprodução/Twitter	72
Figura 20 – Tweet do perfil do programa Fantástico (18/01/2012 – 15h27)	74
Figura 21 – Tweet do perfil do portal G1 (19/01/2012 – 13h39).....	74
Figura 22 – Repercussão do acontecimento Luiza no Portal G1 (19/01/2012 – 14h40).....	75
Figura 23 - Trending Topics Brasil (19/01/2012 – 14h53)	77
Figura 24 – Capa do Portal G1 (18/01/2012 – 16h31)	78
Figura 25 – Capa do Portal G1 (18/01/2012 – 14h09)	79

Figura 26 – Jornal Metro do Canadá dá destaque para Luiza (09/02/2012 – 12h21).....	80
Figura 27 – Após um ano, Luiza ainda aparece na mídia (15/02/2013 – 14h03).....	81

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 SOCIEDADE EM REDE.....	15
2.1 Redes Sociais Digitais	17
2.2 Twitter	20
2.2.1 Fluxos de Informações.....	24
2.2.2 Espaço de Negociações	27
3 O ACONTECIMENTO	34
3.1 Acontecimento em Rede.....	35
3.2 Elementos de Identificação	38
4 O JORNALISMO E AS REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	43
4.1 A Construção da Notícia a Partir do Twitter	44
4.1.1 Apropriações Jornalísticas.....	49
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	51
5.1 Novas Formas de Acontecer: Casos Modelos.....	54
5.2 Quando uma Dupla Sertaneja “Quase” Se Separa	56
5.3 Luiza: o Sucesso de uma Ausência.....	66
6 APONTAMENTOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	83
REFERÊNCIAS	89
ANEXO A – MATERIAL COLETADO PARA O ACONTECIMENTO “ZEZÉ DI CAMARGO E LUCIANO	94
ANEXO B – MATERIAL COLETADO PARA O ACONTECIMENTO “LUIZA DO CANADÁ”	99

1 INTRODUÇÃO

Na natureza, os animais enviam informações uns aos outros a todo momento. Diversos tipos de mensagens são emitidos com o objetivo de expressarem suas identidades, seus humores, seus status perante aquele ambiente e ao seu grupo, informações cotidianas ou sobre o próprio espaço em que vivem. Os pássaros, por exemplo, quando piam querem transmitir alguma dessas informações aos outros animais, com o intuito de iniciar uma interação e não é por acaso que uma das maiores redes de informação no momento, o Twitter¹ tem como símbolo um passarinho azul.

Quando os criadores do microblog, Evan Chief, Biz Stone e Jack Dorsey optaram por colocar um pássaro como símbolo da rede social, a escolha se deu pela característica da plataforma de aceitar mensagens curtas (*tweets*), com apenas 140 caracteres, o que se assemelharia ao som “piu” de um pássaro. Mensagens curtas, mas suficientes para modificar o modo da comunicação pública e construir narrativas sociais.

O cenário em que a sociedade se encontra atualmente, aliado à incursão da tecnologia nas tarefas mais básicas do dia a dia, resultou numa transformação da velocidade das informações que chegam até as pessoas. Nada inovador se pensarmos na interatividade que o livro já nos proporciona, que o telefone quando inventado trazia e com os meios de comunicação de massa, como a televisão, o rádio e o jornal, introduzidos nas sociedades humanas bem antes da existência do ciberespaço. A internet intensificou a velocidade dessas informações, possibilitando na sociedade de consumo em que vivemos hoje, mais uma experiência do que é conviver em rede. A diferença está nos fluxos dessas interações e em como isso se processa.

No jornalismo, vemos um processo interessante frente a essa nova maneira que os fluxos se estabelecem. Certos tipos de acontecimentos já possuem atributos que atendem às lógicas da rede, revelando os fluxos dos atores envolvidos e uma produção de sentido que os desencadeiam no ambiente da rede social. Essa inserção do público no processo de construção das notícias é o que chama a atenção do jornalismo, que antes estava acostumado a uma unidirecionalidade da informação, sendo ele o principal responsável pela difusão da maior parte do conteúdo consumido pela sociedade.

Com a explosão participativa da web 2.0 (O'REILLY, 2005), não só a comunicação deixou de ser unidirecional, mas tanto a discussão, quanto a troca de informações transformou a produção e o consumo das notícias num processo comunicativo multidirecional, afastando-

¹ <https://twitter.com/>

se do modelo que se julgava ser de mão única, em que um único emissor (ou um pequeno conjunto de emissores) era responsável por toda a informação à qual os consumidores dos meios de comunicação de massa teriam acesso².

A partir desse cenário, notamos um fenômeno com um atravessamento de cultura importante no processo de constituição das notícias jornalísticas, em que múltiplas agendas se entremeiam, já que os meios tecnológicos tendem a democratizar o acesso à informação da sociedade, gerando processos de agendamento difuso. Dessa forma, os ciberacontecimentos³ se revelam como um desafio para o jornalismo, em que a participação na construção social da realidade se amplia, o que torna mais complexa a faceta do jornalista no desenvolvimento de seu trabalho.

Considerando essas proposições é que se define o problema de pesquisa: Como se dão os fluxos de informações constitutivos de acontecimentos no Twitter e como o jornalismo se apropria deles?

Por conta disso, o objetivo geral da pesquisa é identificar e analisar os processos de construção das notícias a partir da sua constituição pelo Twitter e da sua apropriação pelo jornalismo convencional, de acordo com dois acontecimentos da ordem do imprevisível: O caso da Luiza do Canadá, a estudante da Paraíba que ficou conhecida após o vídeo de um comercial estrelado por sua família despontar nas mídias sociais, tornando famosa a frase “Menos Luiza que está no Canadá” e o caso da quase separação da dupla sertaneja Zezé Di Camargo e Luciano, quando Luciano subiu ao palco de um show em Curitiba, no Paraná e anunciou o fim da dupla com seu irmão, Zezé, deixando os fãs surpresos.

Dessa forma, como objetivos específicos propõem-se:

- a) Identificar os sentidos dos fluxos de informação entre os atores, com o intuito de observar os processos comunicacionais existentes diante dos meios jornalísticos;
- b) Compreender os acontecimentos selecionados, a fim de identificar os elementos próprios da rede na sua constituição;
- c) Verificar as diferentes formas que os meios jornalísticos se apropriam das informações produzidas pelos atores da rede;

² Mesmo esse modelo de mão única via de regra vinculado às mídias tradicionais, já havia sido problematizado em diversas instâncias, sobretudo nos estudos de recepção que detectaram receptor ativo e com autonomia nos processos de significação (BARBERO; OROZCO; COGO)

³ Ciberacontecimento é um conceito desenvolvido por Henn (2011) inspirado em proposta do historiador Pierre Norá para quem há correspondência entre a natureza dos acontecimentos e as mídias que lhe são contemporâneas. Nessa perspectiva, entende que já existe hoje uma gama de acontecimentos que se constituem a partir das lógicas das redes na internet.

d) Averiguar os signos negociados entre os atores, sistematizando de que forma isso é colocado em rede.

A seleção por esse tema se deu após o crescente uso do Twitter não só por perfis pessoais, mas também como plataforma jornalística de difusão de informações em escala mundial. Desde a sua criação, em 2006, até os dias de hoje, vemos uma crescente produção científica sobre os usos e as aplicações que a plataforma oferece. Dessa forma é que sentimos a necessidade de explorar como isso está sendo trabalhado pelo jornalismo. Conforme Mussoi (2010, p.56): “se torna quase imprescindível ao jornalista do século XXI aceitar que ele não é mais o único responsável por decidir o que é e o que não é notícia. Esse poder está, cada vez mais, inexoravelmente, não mãos dos leitores também”.

Atualmente, nota-se um grande interesse de pesquisadores da área da Cibercultura pela aproximação Twitter e jornalismo. Como destaque recente, podemos citar a mesa “Jornalismo em Redes Sociais da Internet”, do 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, no Rio de Janeiro (SBPJor, 2011), onde autores como (PRIMO, 2011; ZAGO, 2011; RECUERO, 2011) desenvolvem temáticas aproximadas à nossa pesquisa, segundo transformações do jornalismo em rede, acontecimento jornalístico no Twitter a partir de sua recirculação e funções do jornalismo na era das redes sociais, respectivamente.

A Dissertação de Mestrado de Zago (2011), também trouxe uma grande contribuição para área, com a discussão da plataforma Twitter a partir da recirculação jornalística. Porém, consideramos um viés interessante e pouco explorado nas pesquisas recentes, a aplicação da temática do processo de construção das notícias a partir do Twitter, permeando a proposta de ciberacontecimentos e agendas múltiplas e difusas entre seus atores. Durante a revisão de literatura, encontramos poucos trabalhos que se aprofundam nesta vertente do agendamento e redes sociais. No livro *Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos críticos* (2010), dois artigos (LEAL, Bruno S. et. Al, 2010; ANTUNES, E., VAZ, P. B., LEAL, B., 2010) nos auxiliam em como pensar a temática do agendamento nos tempos atuais.

A partir desse contexto referido, diferentemente do que é proposto pela hipótese geral do *agenda-setting*, que afirma “que a mídia é eficaz na construção da imagem da realidade que o indivíduo começa a estruturar” (WOLF, 2008, p.152), compreendemos que não só a mídia, como o público é parte integrante desse processo de construção social da realidade. Se o *agenda-setting* coloca a sociedade apenas como espectadora da mídia, em contraponto a mídia sempre foi, em alguma medida, espectadora da sociedade, pois é do comportamento social que surgem os acontecimentos noticiados pelos veículos jornalísticos, gerando um fator de confusão.

Os meios tecnológicos intensificaram de forma inversa os efeitos defendidos pela hipótese do *agenda-setting*, como a “percepção, exposição, memorização seletiva” (WOLF, 2008, p.152) do público, a partir dos meios de comunicação de massa. Nota-se atualmente uma mudança gradual desses efeitos, já que o sentido da produção de conteúdos é múltiplo. A rede social aumentou a percepção da sociedade sobre a produção e o consumo de informações, fazendo de seus usuários difusores de diversos tipos de assuntos, sejam eles replicados e traduzidos da própria mídia ou com informações próprias. Dessa forma, a exposição em que a sociedade se coloca atualmente também aumentou, o privado passa a ser público e isso gera uma rede de interação entre os atores através de comentários, que muitas vezes dão origem a acontecimentos de interesse da mídia.

Nesse contexto, a memorização seletiva fica ainda mais complicada, já que a oferta de informações aumenta, devido a produção desenfreada de conteúdos oferecidos na rede. Segundo Primo (2011, p.13), “o cidadão não se informa mais apenas através de veículos jornalísticos consagrados, nem aceita a definição de terceiros sobre o que é crível ou que tenha boa reputação”. É o próprio interagente⁴ que irá definir o que consumir e de quem consumir. Porém, essa ação não menospreza, muito menos exclui as organizações jornalísticas do cenário atual, elas apenas dividem o espaço de atenção com outros atores, que também buscam exposição e audiência.

Detectou-se um movimento interessante através do trabalho empírico desenvolvido. A informação que é primeiramente considerada relevante entre o público, só após algum tempo recebe abordagem da mídia convencional, com a intenção de legitimar o que estava sendo falado e construir discussões acerca do tema, para pautar novamente as pessoas, essas que levarão em conta a mensagem repassada pela mídia tradicional, porém de uma forma reciclada. Esse processo de *semiose*⁵ da informação foi observado através do Twitter e de veículos jornalísticos como programas de televisão e portais de notícias de grandes emissoras no Brasil

De acordo com Sandra Crucianelli (2010, p. 89), a ferramenta é importante na nova forma de se fazer jornalismo, pois “está relacionado com o imediatismo. Jornalistas usam essa rede para comunicar a notícia, as novidades ou os fatos cotidianos, de forma simples e ágil”. É nessa perspectiva que muitos jornalistas se atualizam e buscam pautas através do Twitter, a partir de uma reflexão, checagem e aprofundamento das informações. Com base nessa

⁴ Alex Primo utiliza o termo interagente para designar o interlocutor envolvido no processo de comunicação mediada por computador. Ver em (PRIMO, 2003, p.133)

⁵ Semiose é um processo de produção de sentido através da geração ininterrupta de signos a partir de determinado texto (Henn, 2011).

premissa é que notamos um novo caminho no jornalismo, em que as outras tecnologias inseridas dentro das redações possibilitam na intensificação de certos assuntos discutidos.

A mídia de hoje percebeu que não é mais uma vantagem ignorar o que acontece na rede, compreendendo na plataforma, mais especificamente no Twitter, um espaço de discussão e colaboração de ideias, o que ocasionou um profundo impacto dentro das redações.

A partir do momento que a internet atinge parte da população e a plataforma começa a ser utilizada por um expressivo número de pessoas, o fluxo de informação aumenta entre os usuários, que criam a sua própria cobertura jornalística sobre os fatos em discussão. É por esse motivo que a ferramenta tem a especificidade de colaborar com o jornalismo, “se constituindo em uma forma alternativa de produção e de distribuição de conteúdo, que pode ser utilizada para diversas finalidades” (ZAGO, 2008).

Todo este estudo só foi possível graças a um fluxo de informação bidirecional proposto pelas mídias de função pós-massiva (LE MOS, 2007), onde todos têm a liberdade de se expressarem, sem a vigilância de uma grande empresa⁶. O público se tornou extremamente efetivo dentro das redes virtuais. A partir do momento em que se publica alguma informação, mesmo que tenha sido usada de uma maneira reflexiva ou discursiva, ela passará a gerar inquietações e de alguma forma desencadeará o comentário de outras pessoas.

A velocidade com que essa distribuição de conteúdo acontece é marcada pela quantidade de comentários, *tweets*, na rede e pela força de persuasão que os definem. Dessa forma, percebemos diversos acontecimentos que foram intensificados na plataforma durante o ano de 2010 e 2011, que exemplificam claramente a força de mobilização dentro da rede, transformando atitudes e atividades sociais fora dela, confirmando o efeito das cascatas de informação⁷. Os atores sociais são estimulados por outros, desencadeando uma rede de informações instantânea, baseada em tendências, fatores e uso do meio, auxiliando na construção dessa cascata de informação, que ocorre “quando temos um tipo de comportamento (ou decisão) que é repetido por vários atores, com base na observação dos demais (influência) e não em uma análise a partir das informações recebidas a respeito”. (RECUERO, 2008).

Devido à força de certas notícias, que figuram entre os assuntos mais comentados da internet, é que elas se tornam parte da rotina nas pautas dos meios de comunicação,

⁶ Essa ênfase na liberdade pode ser relativizada; há modos de controle institucional e mesmo técnico que se incidem sobre a rede com intensidade. Sobre novas constituições de poder na rede, ver CASTELLS (2009).

⁷ O conceito “Cascatas de informação” foi criado por Bikhchandani, Hirshleifer e Welch e se refere à influência que certos atores sociais desencadeiam em outros, formando uma rede de informações instantânea. Disponível em <http://pages.stern.nyu.edu/~wgreene/entertainmentandmedia/Fads.pdf>

concordando com Alex Primo (2008, p. 5), “em virtude da rapidez com que se publica *tweets* na rede, com frequência o Twitter consegue divulgar notícias com muito mais rapidez que qualquer meio jornalístico tradicional”. Reforçar o comentário do que já está sendo discutido é quase uma ordem quando o assunto ganha grandes dimensões dentro da Web. O veículo se torna desatualizado, caso não selecione certas pautas que estão em voga nos centros virtuais.

2 SOCIEDADE EM REDE

O conceito de redes é muito mais amplo do que restringir apenas às redes sociais. Ultimamente ouve-se falar tanto em redes sociais, que no senso comum o sentido de rede limita-se somente a essa possibilidade, mas sabemos que as redes estão presentes em todos os campos.

“A sociedade em rede se caracteriza pela globalização das atividades econômicas decisivas e sua organização em redes; pela flexibilidade e instabilidade do trabalho bem como por sua individualização; pela chamada cultura da ‘virtualidade real’; e pela transformação das bases materiais da vida: o espaço e o tempo mediante a constituição de um espaço de fluxos e de um tempo atemporal” (Castells, 1999).

Segundo Santaella & Lemos (2010), existe uma imensa bibliografia sobre o estudo de redes, que pode “dar ao leitor interessado um panorama geral sobre o assunto (Maciel e Parente, 2003; Parente, 2004; Duarte et al., 2008)”. Neste trabalho nos interessa tratar apenas das redes sociais na internet (RSIs), devido a análise posterior a ser desenvolvida, que se estrutura basicamente dentro de uma rede social, o Twitter. Recuero (2009) explica que o estudo das redes sociais não é novo e que desde séculos passados, cientistas se focaram no estudo desses fenômenos, porém de uma forma cartesiana. Apenas a partir do século XX, é que diferentes estudos começaram a aparecer considerando também a interação entre seus membros. A Teoria Geral dos Sistemas, de Ludwig Von Bertalanffy (1975), as pesquisas de físicos como Heisenberg e Einstein e outros estudos que envolviam uma abordagem sistêmica e biológica também foram importantes para o desenvolvimento dos estudos das redes sociais e da construção de um conceito.

“A metáfora da rede foi utilizada pela primeira vez como uma semente de uma abordagem científica pelo matemático Leonard Euler (Buchanan, 2002; Barabási, 2003 e Watts, 2003 e 1999). Euler, considerado um dos grandes gênios de sua época, em 1736, publicou um artigo sobre o enigma das Pontes de Königsberg. Königsberg era uma cidade prussiana, localizada, como muitas de sua época em meio a ilhas no centro do rio Pregolya. A cidade continha ao todo sete pontes, e folcloricamente conta-se que, na época, era uma diversão para seus habitantes tentar resolver o problema de atravessar a cidade através de sete pontes, cruzando cada uma apenas uma vez”. (RECUERO, 2009, p. 18).

Foi com Euler que surgiu a teoria dos grafos, ou seja, diversos sistemas podem ser entendidos a partir desta representação de rede, que utiliza conexões entre um espaço e outro, a partir de pontos ou nós. Nesse sentido, o conceito de rede utilizado por Castells (2009) nos auxilia de forma pertinente com o tema. “Una red es un conjunto de nodos interconectados.

Los nodos pueden tener mayor o menor relevância para el conjunto de la red, de forma que los especialmente importantes se denominan <centros> en algunas versiones de la teoría de redes” (CASTELLS, 2009, p. 45)

Essa estrutura de rede designada por Castells baseia-se diretamente no poder dos atores em ação, em que o capital social⁸ e simbólico⁹ é constantemente negociado. Os nós seriam os atores em movimento, que utilizam uma gama de artifícios para se sustentarem em evidência no ambiente de disputa. Quando um desses nós perde força dentro da rede, ele passa a ocupar outro papel, desencadeando um intenso processo semiótico em que os signos são agenciados, traduzidos e reconfigurados, de forma a manter os fluxos da estrutura.

Dessa forma, a rede não ocupa um papel estável no processo comunicacional. Ela depende dos fluxos de seus atores e da movimentação conjunta, responsáveis por ativar a circulação das informações, a partir de percepções do lugar que eles ocupam neste espaço. Esta movimentação é carregada de elementos construtivos, como a forma com que processamos tal mensagem, seu destino, sua apropriação e seus efeitos no meio. Esta noção de desconstrução é definida a partir do momento em que refletimos a rede como conexões entre os nós atuantes. Não há um só indivíduo responsável pelo desencadeamento das informações na rede, assim como não há direção certa a ser tomada. A teia é formada por infinitos atores que interferem nesse meio e que se conectam por todos os lados, excluindo a ideia uniforme e linear.

Assim como na biologia, cada caminho traçado possui um “DNA” específico que o identifica e marca o que foi construído naquele percurso. Nenhum caminho é igual a outro, mas possui características próprias que dão significado aquilo que é arquitetado. Os atores são os responsáveis pela construção deste “DNA”, onde cada um colabora com “genes” diferentes, transformando a ação em algo único. Sabe-se que pelo motivo de cada usuário possuir essa configuração, a estrutura do que é construído em rede está sempre em mutação. “DNAs” que nunca tinham se encontrado, podem se cruzar a qualquer momento, quantas vezes forem necessárias, ou até mesmo nunca se encontrarem, dependendo do fluxo e da quantidade de interações que os mesmos tiverem ao abordarem um mesmo assunto.

⁸ Segundo RECUERO (2009, p. 43) “O capital social é um dos elementos estudados por diversos autores como indicativo da conexão entre pares de indivíduos em uma rede social. O conceito de capital social, entretanto, é variado e não há uma concordância, entre os estudiosos, sobre qual vertente deve ser seguida. O que se concorda é que o conceito refere-se a um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais”.

⁹ O conceito de Capital Simbólico (BOURDIEU, 1983) designado por Pierre Bourdieu se refere ao prestígio ou referência que um indivíduo ou um grupo possui em um determinado ambiente ou situação.

A comunicação mediatizada pelos meios digitais trouxe e continua desvendando outros sentidos ao papel do indivíduo na interação social e no processo de comunicação em rede. Na medida em que vão surgindo processos dialógicos dentro desse ciberespaço, é possível perceber e estabelecer certos agenciamentos semióticos, capazes de produzir uma nova linguagem e traduzir os códigos ali estabelecidos. Assim como no conceito de McLuhan (1981), “o meio é a mensagem”, quando o meio é entendido como algo muito além de apenas um canal de transmissão, nesse ambiente constitui-se uma esfera semiótica que aponta para a construção discursiva e de interpretação, por meio da tradução¹⁰ de signos (MACHADO, 2005).

Se tomarmos como modelo de representação das redes a estrutura de um neurônio, podemos chegar muito próximo da visualização de como funciona o processo de construção de dados nas redes sociais digitais. A hipótese aqui proposta é a de que o núcleo central identificado como o usuário, é protegido por um espaço configurado como uma fronteira inicial, onde acontecem os primeiros processos semióticos caracterizados pelos fluxos de informações do ator. É aqui que ele define o início de uma interação social, que através de estímulos, o induzem ou não, a dar seqüência no processo comunicacional. Neste primeiro momento, é que o ator constrói interpretações e traduções, daquilo que o estimulou. A partir do momento em que são enviados e recebidos estímulos do ambiente interno e externo, a fronteira se expande, criando redes mais fortalecidas e densas entre alguns usuários e micro-redes de interação com outros. Assim, o processo comunicacional estabelecido se difunde, formando uma grande teia semiótica, que é o que forma as redes sociais digitais.

2.1 Redes Sociais Digitais

As Redes Sociais Digitais permitiram à sociedade uma nova forma de se comunicar. Segundo Recuero (2009, p. 191), “Estudar redes sociais, portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição de grupos sociais”. Como explicado no início do capítulo, as redes sociais são estabelecidas por conjuntos de nós interligados e são as interações entre esses nós que geram o conteúdo para a movimentação e perpetuação do ambiente. Sendo esse ambiente o ciberespaço, um local caracterizado pelos usos conversacionais de seus atores mediados pelo computador, a interação travada entre os

¹⁰ O significado de tradução é entendido a partir do conceito de Iuri Lotman, onde são produzidos novos significados, diferentes do sugerido inicialmente, para o elemento analisado. O subcapítulo 1.2.2 explicará melhor os processos de negociação e tradução aqui referidos.

usuários define a apropriação comunicativa do espaço referido, conferindo-o como um ambiente comunicacional importante na vida das pessoas, repleto de ressignificações que resultam numa diferente perspectiva das relações sociais.

Desde seu surgimento, as redes sociais representam uma importante fase de cultura no mundo e proporcionaram ao usuário uma nova experiência na comunicação dos nossos relacionamentos. A interação gerada por essas ferramentas nos possibilitou a visualização de um mundo mais global, gerando fluxos conversacionais que antes seriam impossíveis, devido às conexões que hoje se estabelecem. Reunir atores ou grupos num só espaço, eles sendo conhecidos ou não uns dos outros, com a possibilidade de interagirem a qualquer momento, foi o grande mote para que as redes sociais digitais se proliferassem mundo afora. Além da velocidade da informação ser mais precisa, as ferramentas permitiram a diminuição de custos na comunicação, já que é muito mais barato o envio de mensagens via computador, do que simplesmente uma ligação telefônica ou o deslocamento até a pessoa que se deseja comunicar.

O compartilhamento de informações é outro ponto chave nas redes sociais digitais. A velocidade com que notícias chegam a todo o momento se deve ao poder da rede que construímos e de tudo que é compartilhado entre as pessoas que fazem parte de tal rede. Informações que antes só eram recebidas por um grande número de pessoas através da grande mídia, hoje são compartilhadas imediatamente por indivíduos que estão no local do acontecimento, com detalhes precisos e muito mais eficientes. Um exemplo é o poder que esses compartilhamentos possuem no caso de mobilizações e manifestações culturais. A força impelida nas redes é capaz de mudar opiniões e até decisões importantes no mundo. Dessa forma, é que instituições e órgãos governamentais, grandes veículos de comunicação, políticos, celebridades e até mesmo instituições religiosas foram de certa maneira, obrigadas a integrar-se às redes sociais digitais. Ficar de fora desse “novo mundo comunicacional” seria excluir a possibilidade de interação com diferentes grupos e associações, cada uma baseada em seus interesses e relações pessoais.

A forma como as redes sociais digitais foram apropriadas pela sociedade nos revela a dimensão e a potencialidade que essas ferramentas possuem no entendimento dos fluxos conversacionais que se apresentam em diferentes frentes. Recuero (2012, p.32) afirma que “a primeira concepção de conversação no ciberespaço deu-se através da percepção da interação e do diálogo como construídos através da linguagem escrita possibilitada por essas tecnologias”. A utilização da linguagem oral, a criação de novas narrativas por meio dos processos de negociações entre os usuários e a construção de significados a partir dos discursos produzidos pelos atores é o que permite com que a rede se sustente em intenso

movimento e reciclagem, acarretando algumas mudanças na forma como as pessoas se comunicam hoje.

Porém, no mundo digital, nem tudo é vantagem. Alguns estudos¹¹ atuais apontam que estamos ficando cada vez mais solitários, e que a noção de interação e compartilhamento constante de informações nos dá uma falsa sensação de proximidade, gerando um conflito entre o sentido lógico da rede social, que é o de dividir informações e interagir com uma rede de pessoas. Outros¹² dizem que essas afirmações não se sustentam, já que são baseadas em fábulas e não há nada que comprove a informação que estamos realmente mais solitários com o uso das redes sociais. O artigo¹³ do designer Fabrício Teixeira, publicado no site Update or die¹⁴, contextualiza as afirmações defendidas sobre o assunto, com exemplos concretos e dados sobre a evolução da sociabilidade e interação.

A forma como nos comunicamos atualmente, com o crescente uso das redes sociais digitais, vem modificando algumas características da comunicação a que estávamos acostumados antes da inserção das ferramentas no nosso cotidiano. De acordo com Recuero (2012, p.31), “A Comunicação Mediada pelo Computador opera sobre várias ferramentas, com características e limitações próprias, que vão também influenciar as práticas conversacionais que emergem no ciberespaço”.

O Twitter, por exemplo, é uma rede social com limitações de conversação, já que as mensagens suportam até 140 caracteres. Mesmo que algumas extensões permitam o uso maior de caracteres, a comunicação não se torna fluída e contínua, ela tem uma quebra indicada pelo link que a direciona para um novo local em busca do resto da mensagem. Essas ponderações transformam ainda mais esse espaço num interessante meio de investigação que nos aponta sobre as diferentes formas de comunicação que a sociedade vem desenvolvendo.

¹¹ O texto “Is Facebook Making us lonely”, de Stephen Marche, publicado na Revista Atlantic, traz explicações sobre a conectividade e a solidão da sociedade. O texto foi muito comentado na internet e trouxe diversas opiniões controversas sobre o assunto. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/05/is-facebook-making-us-lonely/308930/>. Acessado em 30/01/2013.

¹² Em oposição, o artigo de Eric Klinenberg, professor da Universidade de Nova York, publicado no jornal O Estado de São Paulo dia 21/04/2012, afirma que “O Facebook não nos torna solitários”, apresentando pontos de vista contraditórios aos apresentados no artigo referido acima. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,o-facebook-nao-nos-torna-solitarios-,863608,0.htm>. Acessado em 30/01/2013.

¹³ O artigo do designer Fabrício Teixeira faz um compilado de diversos estudos desenvolvidos ultimamente sobre o tema da solidão após a criação do Facebook. Disponível em: <http://www.updateordie.com/2012/04/22/o-facebook-esta-nos-deixando-mais-solitarios/>. Acessado em 30/01/2013.

¹⁴ www.updateordie.com

2.2 Twitter

Neste trabalho, selecionamos a rede social Twitter como o espaço explorado para a análise, baseado nos fluxos de informações e interações de seus atores. A escolha pelo Twitter se deu justamente por ser uma plataforma de mensagens simples, instantânea e prática, repleta de elementos simbólicos que a constituem num espaço de troca. Caracterizada por permitir o recebimento e envio de mensagens em apenas 140 caracteres, no mesmo formato dos SMSs¹⁵, o Twitter é utilizado para as mais diversas atividades atualmente, seja na exposição da vida pessoal, ou para a difusão de informações gerais.

Fundado em março de 2006, por Jack Dorsey, Evan Willians e Bizz Stone, o Twitter surgiu com o nome “Status¹⁶” (Figura 1) e o conceito de um serviço de mensagens curtas por meio do celular. Sua primeira atuação foi dentro da Odeo, uma empresa de podcast que o utilizava como uma ferramenta de mensagens internas para os funcionários compartilharem informações sobre o que estavam fazendo no seu dia a dia. Em julho de 2006, o Twitter se tornou público, por meio de uma companhia autônoma, a Twitter, Inc. (ZAGO, 2010), chegando ao domínio Twitter.com.

O seu reconhecimento foi durante um festival de entretenimento e tecnologia em 2007, o SXSW (South by Southwest), quando mais de 60 mil mensagens diárias foram compartilhadas em tempo real sobre o que estava acontecendo no evento. As mensagens trocadas via Twitter mostraram a potencialidade da ferramenta, que a partir desse momento se expandiu para o mundo.

¹⁵ Serviço de mensagens instantâneas em aparelhos móveis.

¹⁶ Disponível em <http://www.tecmundo.com.br/rede-social/3667-a-historia-do-twitter.htm>. Acessado em 30/01/2013.

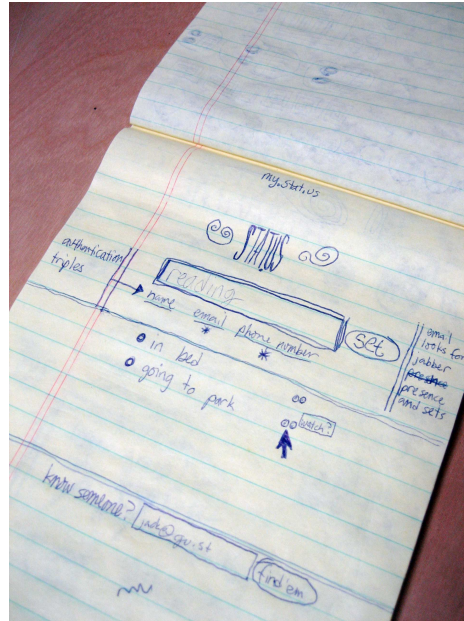


Figura 1– Reprodução do rascunho de Jack Dorsey, ainda na fase de criação da ferramenta “Status”, antes da consolidação do Twitter. Fonte: Flickr.com¹⁷

Desde o seu surgimento até hoje, o serviço passou por diferentes adaptações e recebe atualizações e novidades a todo o momento. Até a pergunta inicial da ferramenta, “O que você está fazendo?”, foi modificada duas vezes: em 2009 passou a ser “O que está acontecendo?”, abrangendo um pouco mais a tematização dos assuntos publicados e em 2013, a pergunta segue como modelo de publicação para os usuários, mas não consta mais na janela onde se escreve o *tweet*, tendo apenas a mensagem: “Crie um novo *Tweet*...”.

A rede possui vários símbolos que ajudam a construir o espaço onde ocorre a interação: as pessoas que o usuário segue chamam-se “*following*” e por quem ele é seguido são os “*followers*”, a *hashtag*, indicada pelo símbolo “#”, é um filtro que reúne tudo o que é falado sobre algum assunto, a arroba “@”, serve como um identificador dos nomes dos atores, o *reply* é o botão onde o usuário responde ao usuário do *tweet* remetente e o “RT” ou *retweet*, significa repassar aos seus seguidores uma mensagem de outro usuário. Em 2010, o uso de *slashtags*/ se tornou cada vez mais usual, a expressão “/via”, mostra a procedência da mensagem que o ator está publicando, o “/by”, é utilizado para identificar a autoria de um conteúdo, o “/cc” acrescentado do “@” identifica que um usuário quer copiar ou recomendar um *tweet* a outro. Segundo Santaella & Lemos (2010 p.112):

¹⁷ Disponível <http://www.flickr.com/photos/jackdorsey/182613360/>. Acessado em 30/01/2013.

“À medida que a comunidade global do Twitter vai se expandindo, sua microssintaxe se torna gradativamente mais elaborada e complexa. Chris Messina, o inventor da hashtag # e das slashtags/, recentemente adicionou três novos elementos de microssintaxe ao Twitter: /via, /by e /cc. Essas slashtags são obtidas através da combinação do uso do slasher / (barra delimitadora de metadados) + pointers (pequenas palavras atribuidoras de significados), e estão sendo usadas pelos usuários mais fluentes em microtexto” (2010 p.112).

Dentro desse ambiente, ainda existem os Trending Topics (TTs) ou Tópicos Populares do país ou cidade escolhida, que funcionam como um filtro dos temas mais discutidos entre os usuários da rede social, que atuam como difusores de informações, já que o objetivo da plataforma é a disseminação de qualquer assunto, partindo do ponto de vista de quem twitta¹⁸. Os Trending Topics foram implementados apenas em abril de 2009, dois anos após a consolidação da ferramenta. Os técnicos do Twitter começaram a observar no sistema esta estratégia utilizada por alguns usuários, para organizar e buscar assuntos indexados e resolveram acrescentar à plataforma. Primeiramente foi disponibilizado somente a opção “worldwide”, onde é possível ficar informado dos assuntos mais comentados em todo o mundo, e posteriormente foram implementados outros países e cidades importantes. No Brasil, por exemplo, as cidades de Belo Horizonte, Belém, Brasília, Campinas, Curitiba, Fortaleza, Goiânia, Guarulhos, Manaus, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, São Luís e São Paulo estão disponíveis para seleção.

Atualmente, algumas pesquisas apontam que o Twitter vem decaindo frente a outras redes sociais da internet. Uma matéria¹⁹ divulgada recentemente pelo site da Revista Época apresenta a informação de que o Google+²⁰ ultrapassou o Twitter em número de usuários. A ferramenta teria atingido o total de 343 milhões de usuários, passando a frente do Twitter com 288 milhões, ficando atrás apenas do Facebook²¹, que hoje é o líder das redes sociais com 903 milhões de usuários. O estudo desenvolvido pelo Global Web Index calcula apenas as contas ativas, ou seja, aqueles que freqüentaram a rede pelo menos uma vez no último mês da análise. Um dado interessante foi o destaque da rede de vídeos Youtube²², em terceiro lugar na lista das maiores mídias, atingindo 300 milhões de pessoas. Mesmo com este resultado, o Twitter finalizou o ano de 2012 com um aumento de 40% no número de usuários que utilizaram o serviço no último mês e segundo a pesquisa, 21% dos usuários da internet no mundo usam o Twitter pelo menos uma vez ao mês.

¹⁸ Twitter é o ato de enviar mensagens às pessoas que o seguem na ferramenta Twitter.

¹⁹ Disponível em <http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Resultados/noticia/2013/01/google-ultrapassa-twitter-em-numero-de-usuarios-diz-pesquisa.html>. Acessado em 28/01/2013.

²⁰ <http://plus.google.com/>

²¹ www.facebook.com

²² www.youtube.com

Diminuindo ou não o seu uso, o que não podemos negar é que a plataforma trouxe uma nova realidade na forma de comunicação da sociedade. Lemos & Santaella (2010, p.68) afirmam que “o principal foco do Twitter é a convergência em um mesmo fluxo, de múltiplos fluxos informacionais provenientes de todos os diversos canais que possam ser de interesse para o usuário (...)”. Essa conexão definida pelas autoras é o que irá determinar o perfil de novos *followers*.

As diferentes interpretações propostas pelos atores não só proporcionam um compartilhamento de ideias, como estabelecem conexões entre usuários que concordam ou discordam da mesma opinião, gerando um campo de tensão em rede. As mensagens que geralmente concordamos são retuitadas e demonstram um pensamento em comum, do qual apoiamos. Outras vezes os *retweets* são utilizados apenas para exemplos daquilo que discordamos, entretanto, estes exemplos quase sempre são seguidos de novos *tweets* “explicativos”, sobre o porquê da indignação ou contradição da informação postada.

Após a extensa análise desenvolvida no Twitter, como parte integrante da pesquisa qualitativa deste trabalho, notamos que a reverberação de um *tweet* dificilmente se estende em mais de cinco *replies*, não levando adiante a discussão e interação travada, quando o usuário não possui um capital social elevado. Vale ressaltar, que esta observação é extremamente específica para o caso analisado e não pode ser generalizada para toda a rede social, pois, seria necessário um estudo amplo e de grande dimensão, para abordar tamanha proporção que a plataforma possui. Na análise, levamos em conta tanto usuários que não possuíam um capital social relevante, como indivíduos conhecidos e com uma ampla rede de contatos, que acabam por ter um maior poder de persuasão sobre outros, gerando um fluxo conversacional mais extenso. Esses últimos podem ser exemplificados por figuras públicas, como políticos, celebridades e os conhecidos “hubs” da internet, pessoas influentes e que constroem conceitos e julgamentos geralmente seguidos pela opinião pública.

Por mais que a proposta inicial do Twitter tenha sido basicamente informacional, alguns usuários se apropriaram da plataforma como um espaço conversacional, estabelecendo interações nas mais variadas proporções, seja para a simples diversão ou troca intelectual. Outros, com uma visão mais comercial vislumbraram a potencialidade da ferramenta, para monitoramento do perfil social, em busca de pistas que revelem os interesses e as necessidades dos usuários que seriam transformados em produtos. Os grandes veículos de comunicação encontraram um novo canal de comunicação, tanto para a busca de pautas, como para a publicação de notícias. Com a disseminação de dispositivos móveis e a possibilidade de compartilhamento instantâneo de informações sobre acontecimentos por parte da sociedade,

as redes sociais modificaram a rotina dos jornalistas, tornando-os mais atentos aos detalhes que circundam o ciberespaço.

Essas diferentes finalidades elevaram a ferramenta a uma posição global, contemplando-a num espaço identificado pela força coletiva, através de movimentos políticos, ações solidárias, disseminação de tendências, exposição e marketing pessoal, construção de ideias ou simplesmente entretenimento.

2.2.1 Fluxos de Informações

Cada vez mais as redes sociais digitais são utilizadas como fonte e troca de informações entre as pessoas que antes consumiam apenas o que era transmitido pelas mídias de massa. Para entendermos melhor como funciona o ambiente da rede social Twitter, temos que analisar primeiramente como se processa a movimentação dos usuários em rede, caracterizados pelos fluxos de informações entre os atores.

O uso da conversação na plataforma Twitter se dá através do ícone @, em frente aos nomes ou *nicknames* dos usuários, como se fosse um código em que todos podem ser reconhecidos como integrantes daquele espaço por onde circulam as informações ali postadas. Diferente de um SMS, que promove conversação linear e contínua, uma característica importante da rede são os fluxos dispersos. Quando o usuário passa a fazer parte do Twitter, por exemplo, ele escolhe quais pessoas seguirá e, a partir daí, receberá em sua página principal todas as mensagens que aquela pessoa publicar, de acordo com preferências particulares e individuais. Cada fluxo é único e personalizado (SANTAELLA E LEMOS, 2010). A proposta da ferramenta não limita a quantidade de usuários a seguir, entretanto, quanto mais pessoas o usuário segue, mais dispersos são os fluxos para acompanhamento das informações.

Não há uma regra a quem seguir. Podemos fazer uma combinação de interesses e escolher os perfis que consideramos mais adequados. A plataforma também não exige que você siga quem te segue, mas uma prática muito comum para conquistar mais seguidores de forma manual²³ é utilizar esta premissa ao seguir alguém. A frase “me segue que eu sigo de volta” é uma negociação entre usuários para aumentarem seus números e fontes na rede, porém os fluxos se tornam confusos. “Essa política faz com que o único critério de escolha

²³ Em direção oposta a esta opção, existem aplicativos que garantem um número alto de seguidores, a quem usar. Porém são perfis falsos (robôs), que não trazem retorno interacional ao usuário, senão somente quantitativo.

em relação a quais canais de informação seguir seja uma relação de troca de valor simbólico: um follow vale um follow back” (SANTAELLA E LEMOS, 2010, P.75).

Os vários níveis de comunicação encontrados nessa ferramenta, devido a estrutura dispersa, complexifica o processo de trocas e aumenta o alcance da informação. O que antes recebíamos de informação apenas da mídia, hoje também recebemos do nosso amigo, colega de trabalho, dos jornalistas, dos grandes veículos de comunicação e dos líderes de opinião. Segundo Zago (2010, p.36), “mesmo em interações em sites de redes sociais a mídia permanece como um dos integrantes da relação, porém sua função é complementada pelas trocas interpessoais e por outros tipos de mídia”. Zago (2010) ainda afirma que:

“Ainda que se empregue comumente o termo” difusão de informações“ para o estudo de redes sociais, entende-se que se trataria, de fato, de uma circulação de informações, na medida em que ao invés de a informação ser difundida em um único polo irradiador para outros indivíduos (como ocorreria, por exemplo, na mídia de massa), a informação percorre caminhos variados, circulando entre indivíduos e por diferentes níveis midiáticos” (ZAGO, 2010, p.37).

Paralelo à proposição de Zago (2010), compreendemos que as redes são estruturas abertas, complexas e difusas, constituída de inúmeros estímulos de atores isolados, que desempenham diferentes papéis em busca de interação e reconhecimento. Dessa forma, reconhecer esta estrutura como circular, seria excluir a potencialidade de um sistema que expande suas fronteiras, em busca de novas conexões e estímulos.

O Twitter é uma rede social regida tanto por leis próprias, como pela apropriação dos usuários que definem o que desejam acompanhar. Dessa forma, a estruturalidade da plataforma reflete nos fluxos e na forma como vamos nos comunicar. A limitação de 140 caracteres, os botões disponíveis, as hashtags, os trending topics, as regras e protocolos de uso da rede Twitter são definidores da interação. É importante apontarmos essas limitações, pois, elas influem diretamente na observação, análise e negociação das conversações ali propostas.

Mas como se apresentam esses fluxos na ferramenta? No perfil de cada usuário estão todos os *tweets* postados pelo mesmo, sendo eles *tweets* pioneiros (que partiram diretamente daquele usuário), *retweet* de mensagens de outros integrantes, (oriundos do botão automático oferecido pela ferramenta, podendo receber um adendo ou não através do RT manual com alguma frase complementar de quem se apropria da informação) e *replies* (respostas à tweets de outros usuários). É neste espaço, que as primeiras distorções linguísticas aparecem.

Devido à limitação de caracteres, os usuários tiveram de aprender a sintetizar seus discursos. Essa estratégia fez com que crescesse o número de sites encurtadores de URL, como os conhecidos Bit.ly e Migre.me, assim como contribuiu para a transformação da

linguagem, já que mensagens que não possuem extensões por links, tem de se adaptar aos 140 caracteres impostos pela ferramenta. Reduções de palavras como você, para “vc”, quantos, para “qtos” e inúmeros outros exemplos são resultados linguísticos dessa apropriação, além das possibilidades de construção de narrativas coletivas de acordo com um assunto importante que esteja em voga.

Clicando em cada mensagem, é possível ver quantas pessoas a retuitaram, a *favoritaram*²⁴ ou a responderam. Porém, muitas vezes alguma pessoa publica um *tweet* com determinado assunto que tenha sido comentado na rede, mas não o referencia. Esse tipo de situação exige algumas competências aos leitores daquele *tweet*. Dessa forma, seguir o fluxo de mensagens, exige que o usuário busque pistas na rede, para que os dados se completem.

Daremos como exemplo, um caso particular, colhido especialmente para explicar como se apresentam e o que acarretam os fluxos dispersos dentro da ferramenta. Na Figura 2²⁵ temos o caso de um possível leitor ideal da rede. O perfil de @rosana retwittou²⁶ uma mensagem de @sacaneio, onde ele postou um *tweet* com uma possível brincadeira, da qual @rosana interpretou como uma “idiotice”, segundo a mensagem: “A idiotice não tem limite inferior #idiotsAllTheWayDown”. Qualquer usuário que não tivesse acompanhado o percurso das mensagens, não entenderia o porquê daquele *tweet* de @rosana, já que as pistas estão no caminho, misturadas a outras mensagens. Porém, @cardoso respondeu à mensagem de @rosana, utilizando uma linguagem ainda mais difícil de ser compreendida por qualquer leitor, fazendo uma analogia de idiotas com tartarugas. Como podemos ver, @rosana entende o que @cardoso quis dizer e completa dizendo que ele entendeu a tag #idiotsAllTheWayDown.

²⁴ O ícone de Favoritos é identificado por uma estrela amarela e possui mais de um significado. Alguns usuários favoritam um *tweet* para depois lê-lo, outros utilizam o ícone para apenas guardar a mensagem pelo conteúdo que apresenta.

²⁵ Os *tweets* foram colocados na ordem da conversa, para uma melhor compreensão do leitor. Na rede eles aparecem dispersos e sem nenhuma referência. Isso só é possível devido os filtros feitos por nós mesmos na rede.

²⁶ Retwittar uma mensagem é replicar o *tweet* de alguém na rede. Identifica-se pelo símbolo RT, quando é manual ou pelo botão Retweet na ferramenta.



Figura 2 – Exemplo de leitor ideal no Twitter (29/01/2012 – 15h40)

Essa seqüência de tweets mostra não só a competência de seus interlocutores, como a competência do leitor dessa conversa. A tradução dos signos interpretados, de que usuários como @sacaneio é um exemplo de pessoas que atrapalham o caminho de quem usa a rede como fonte de informação, atribui significado à interação de @rosana e @cardoso, dando sentido ao texto apresentado por eles.

Todos os elementos de um texto são atualizados pelos leitores, por meio de um filtro feito por nós mesmos e guiadas pelo próprio texto, que nos auxilia a interpretar alguns significados em busca de outros. O texto, a todo o momento nos estimula e desestimula os sentidos. Quando finalmente chegamos à conclusão do mistério, fica mais fácil enxergarmos onde estavam as obscuridades e as ambigüidades que o texto escondia. Caso isso não aconteça ficamos à mercê daquilo que apenas acreditamos ser, a partir de desempenhos de narrativas anteriores.

2.2.2 Espaço de Negociações

Observada sob o ponto de vista dos estudos da semiótica da cultura, de Iuri Lotman, a apropriação do espaço Twitter se torna muito mais complexa do que apenas o entendimento de lógica da rede e seus fluxos. De acordo com FERREIRA, J.P.; PRADO, M. (2010, p. 158), “no fluxo de informações, que assola os habitantes de espaços midiáticos, uma das principais

estratégias é o filtro da seleção”. O que pressupõem pensar esses filtros como um dos códigos estabelecidos na websfera.

Se puede considerar el universo semiótico como un conjunto de distintos textos y de lenguajes cerrados unos con respecto a los otros. Entonces todo el edificio tendrá el aspecto de estar constituido de distintos ladrillitos. Sin embargo parece más fructífero el acercamiento contrario: todo el espacio semiótico puede ser considerado como un mecanismo único (si no como un organismo). Entonces resulta primário no uno o otro ladrillito, sino el <gran sistema>, denominado semiosfera. (Lotman, 1996: 24)

Segundo Lotman (1996), a semiosfera é o espaço semiótico, fora do qual é impossível a existência de semioses. Se considerarmos que o Twitter é uma plataforma de comunicação, onde podemos filtrar qualquer informação que desejamos seguir e o espaço onde isso acontece se rege por leis próprias, criadas a partir de seus atores sociais, podemos fazer uma analogia com o conceito de Semiosfera de Yuri Lotman, que propunha este como um espaço semiótico imprescindível para o desenvolvimento da cultura e a existência da linguagem e suas mais diversas possibilidades de códigos.

Contudo, esse espaço possui fronteiras entre o interior e o exterior e o objetivo desta fronteira é filtrar tudo o que vem de fora através de um processo de semiotização, convertendo o novo material em informação.

Do mesmo modo em que a rede do Twitter é formada por pessoas que seguimos e somos seguidos e compartilhamos informações com estas, é que podemos assemelhar este espaço com o ambiente de semiosfera, onde as negociações entre os atores são intensas e freqüentes, já que a ferramenta nos disponibiliza diversos signos para o acontecimento desta interação. A velocidade com que essa distribuição de conteúdo acontece é marcada pela quantidade de comentários (tweets) na rede e pela força de persuasão que os definem. Nessa perspectiva, podemos perceber diariamente casos que exemplificam claramente a força de mobilização dentro da rede e a diversidade de linguagens que surgem graças a essa mobilização.

Um desses exemplos são as hashtags “#” que se apropriam de certos tipos de mensagens, modificando o conteúdo original. Uma grande tendência do ícone é sua utilização em busca de capital social (RECUERO, ZAGO, 2011), já que muitos atores o utilizam para aparecer na lista que unifica tudo o que é postado com aquele ícone. Segundo Feitosa (2006), a indexação representa o conteúdo de um documento e gera a recuperação de informações desse documento indexado. As hashtags são uma forma de indexação de certas temáticas, a fim de ser recuperado em meio ao grande fluxo informacional da rede. Weinberger (2007,

p.104) afirma que nos encontramos numa nova desordem digital, onde “tudo é metadado e tudo pode ser etiquetado”. Assim, podemos dizer que as hashtags são etiquetas que organizam, mas também complexificam nossa vida na web.

Esse desencadeamento da rede de informações nos revela um espaço muito curioso frente aos outros meios, a revelação do indivíduo e a forma como suas mensagens são construídas, processadas e apropriadas por outros usuários. Pensar no Twitter apenas como um simples espaço de troca de informações seria simplificar o uso da ferramenta e excluir a vida em que faz parte o seu usuário. Assim como seus atores também vivem numa semiosfera no mundo offline, a plataforma é carregada de elementos simbólicos que servem como aparato para o desenvolvimento da comunicação em rede. Acontece, nesse processo, aquilo que Lotman entende como processos de tradução entre sistemas através dos quais esquemas de enquadramento (com toda a dimensão ideológica aí implicada) migram de um espaço para o outro (HENN, 2006).

Sem a existência do espaço que o Twitter gera, também chamado de twittosfera, é inviável a produção de sentido e as mais diversas formas de atuação do indivíduo frente à plataforma. A lógica de todo o objeto se estabelece quando um usuário forma a sua teia e age sobre ela de uma maneira totalmente independente dos atores que atuam no momento²⁷. O conceito de Biosfera, proposto pelo biogeoquímico Vladimir Vernadski²⁸, fonte de inspiração de Lotman para pensar a Semiosfera possui uma similitude com o espaço do Twitter, se pensarmos pelo viés de que não existiria a possibilidade de vida, sem um ambiente que seja necessário para a constituição do organismo, que possibilite ações e o desencadeamento de relações sociais. Essas relações são processadas pelos indivíduos que também constroem o ambiente, por meio delas.

A vida de todo o ser representa uma interação complexa com o meio que o rodeia. Um organismo incapaz de reagir às influências externas, nem de aí se adaptar, pereceria inevitavelmente. Podemos representar a interação com o meio exterior com a recepção e o deciframento de uma informação determinada (...). Além disso, parece necessário aumentar não só a quantidade das diversas comunicações nas

²⁷ A ferramenta permite que escolhamos quem seguir sem prévia autorização da pessoa, salvo os casos de perfis fechados, onde há a necessidade de aprovação do ator convidado a fazer parte daquela rede.

²⁸ Conforme Henn (2010), “Vernadski também imaginou a possibilidade de um terceiro estágio (considerando-se a geosfera como primeiro, e a biosfera como segundo) da evolução do planeta, conhecido como noosfera: o mundo formado pelo pensamento ou pelas idéias humanas. Este conceito também foi desenvolvido na primeira metade do séc. XX pelo filósofo jesuíta francês Teilhard de Chardin (1981) que já inseria, na constituição da noosfera, os processos tecnológicos. Diversas apropriações da concepção de noosfera estabeleceram-se ao longo da segunda metade do século passado. Lotman, especificamente, propôs um novo nome para este ambiente, no qual a cultura se institui: a semiosfera, cujo funcionamento tem similitude com a biosfera. E mais: o termo dota o ambiente de materialidade, de concretude, na medida em que a cultura se manifesta em textos ou sistemas de signos cujo processamento só é possível neste espaço semiótico específico”.

línguas já existentes, como também a quantidade de linguagens nas quais se podem traduzir as vagas de informação envolvente, fazendo disso um bem próprio dos homens. (Lotman, 1978, p. 29).

No plano da cultura, esse processo de tradução desenvolvido por Lotman, são as contínuas transformações explicadas pelo conceito de Biosfera de Vladimir Vernadski. Na Internet, mais especificamente no Twitter, as linguagens são traduzidas constantemente pelos seus atores. Pode-se se dizer que a disputa entre os usuários em rede é a possibilidade de inúmeras transformações das linguagens em diferentes signos por cada indivíduo que pertence àquele ambiente²⁹.

De alguma forma este tipo de linguagem construída, é visivelmente negociada, já que a frase que desencadeia a conexão com os outros usuários deixa à mostra a predisposição a certos tipos de reações e respostas. Muitas vezes esse é o objetivo do autor da frase, outras vezes não, o que demonstra uma fragilidade da websfera em geral, que são as diversas formas de interpretação de um conteúdo, já que não podemos acompanhar a linguagem não-verbal do comunicante, salvo em casos de comunicação via vídeo. De alguma forma, o Twitter visibiliza o próprio processo de semiose da teoria de C. S. Peirce, conforme trabalhado por Ronaldo Henn.

O interpretante, assim que gerado, e sendo signo, terá condição de produzir outro interpretante e este, mais outro, sucessivamente. Estes novos signos gerados podem ser mais desenvolvidos em relação aos iniciais e propiciariam outros desvendamentos de objeto dinâmico. (Henn, 2006)

É através dessas interações entre *replies* e *retweets* que os signos são negociados, apropriados e traduzidos. A luta pela sobrevivência em um ambiente como a twittosfera faz com que aconteçam diversos tipos de ações, como um novo processo de construção de conteúdo, uma organização social identificada pelos followers e following, as menções do nome do usuário em rede e as listas³⁰ em que tanto ele produz, como pode ser incluído por outros participantes.

Todos esses códigos sociais são regidos por leis próprias dentro da ferramenta, sendo que algumas delas são construídas pelos integrantes da twittosfera, como a lei da informação e da mensagem, onde todos têm a liberdade de postarem o que quiserem não ultrapassando o limite de 140 caracteres. Dessa forma, a fronteira entre a websfera e a twittosfera é essencial

²⁹ Há nessas operações profundos processos de transformação, que no plano da cultura são entendidos como tradução. São dinâmicas que formam padrões (que evocam a permanência) e oscilações (que tendem à renovações) em jogo de tensão entrópica (cf. HENN, 2010).

³⁰ As listas funcionam como filtro de grupos, em que podemos selecionar em grupos determinados usuários numa mesma categoria.

para este processo de tradução das mensagens, já que muitas delas contêm links que são redirecionadas para a websfera, esta nuvem que se encontra sempre disponível, para ser acessada a qualquer momento.

La frontera del espacio semiótico no es um concepto artificial, sino una importantísima posición funcional y estructural que determina la esencia del mecanismo semiótico de la misma. La frontera es um mecanismo bilíngüe que traduce los mensajes externos al lenguaje interno de la semiosfera y a la inversa. (Lotman, 1996: 26)

É essa gama de sinais, que faz com que seus indivíduos contribuam para o futuro da plataforma. Se a pessoa se inscreve numa rede social é porque quer de alguma maneira fazer parte daquele meio, não importa se o objetivo é apenas consumir, oferecer ou trocar informação. Dessa forma, a valorização dentro da rede e a sobrevivência entre mais de 200 milhões de usuários ultrapassa os limites de algo que era simplesmente informar.

O homem é inevitavelmente arrastado num processo intensivo: ele está rodeado por uma vaga de informações, a vida envia-lhe sinais. Mas estes sinais não são entendidos, a informação não é compreendida e perdem-se possibilidades importantes na luta pela sobrevivência. (Lotman, 1978: 29)

Concordando com as percepções de Lotman, complementamos que esses sinais são essenciais para a comunicação em rede, já que o indivíduo passa a maior parte do tempo em busca de certos sinais, para só assim iniciar o processo de comunicação com alguns atores. É nessa intensa busca por interação e visibilidade que a rede se sustenta. A hashtag “#” é um ícone utilizado como filtro, onde coloca todos os participantes que a utilizam num espaço fragmentado dentro desse ambiente semiótico. É ali que as pessoas conseguem identificar tudo o que está sendo falado sobre aquele assunto *tagueado*.

Contudo, é nesse espaço onde mais se encontram distorções do que foi proposto pelo tweet pioneiro. A maioria dos usuários brasileiros, por exemplo, utiliza este recurso para iniciar jogos, onde os atores devem escrever algo que tenha relação com a hashtag. Os usuários participantes utilizam a força do ícone para aparecer entre a lista, em busca de mais seguidores e para aumentar o seu capital social em rede, criando outras interpretações para o signo primário. O círculo de informações também é utilizado para a disseminação de spams e conteúdos que tem a intenção de ganhar valor sem estarem relacionados ao tema principal.

De um lado vemos a semiose sendo processada pelas articulações dos próprios signos presentes neste ambiente twittosférico, de outro percebemos outro movimento de semiose que

é o diálogo entre os atores, o que resulta num encadeamento de novos signos e semioses, gerando novos interpretantes e transformando o processo numa cadeia contínua.

Assim, por mais que a informação seja posta na rede por um único ator, sem as conexões e a replicação de tal mensagem, ela perderia seu sentido comunicacional e não teria um carácter multidirecional. Nessa perspectiva é que os fluxos se constituem e o discurso de seus atores se atualiza. Uma das principais características do Twitter é ser um espaço de fluxos difusos e complexos. Os atores são os responsáveis por criar, agenciar, manipular, replicar e traduzir a informação posta em rede, transformando a forma como se estruturava a sociedade da informação, onde os veículos de massa detinham o poder da comunicação. Dessa forma, criou-se uma nova organização social, onde o culto da virtualidade modifica a noção de tempo e espaço devido a mobilidade e a conexão com o ciberespaço a qualquer momento.

Hay ciudadanos del mundo, que viven en el espacio del flujos, frente a los locales, que viven en el espacio de los lugares. Puesto que el espacio en la sociedad red se configura en torno a la oposición entre el espacio de flujos (global) y el espacio de lugares (local), la estructura espacial de nuestra sociedad es una gran fuente de estructuración de las relaciones de poder. Lo mismo ocurre con el tiempo. El tiempo atemporal, el tiempo de la sociedad red no tiene pasado ni futuro. Ni siquiera pasado reciente. Es la cancelación de la secuencia, y por tanto del tiempo, ya sea por compresión o por difuminación de la secuencia. De forma que las relaciones de poder se construyen en torno a la oposición entre el tiempo atemporal y las demás formas de tiempo. (CASTELLS, 2009, p.82)

Essas relações de poder definidas por Castells (2009) podem ser encontradas no campo do jornalismo: o poder de difusão das informações que antes era disputado pelas empresas de comunicação, hoje está também nas mãos do público, com a inserção do mesmo nas redações. A rede possibilitou essa mudança na estrutura de tempo e espaço em que a sociedade vivia e fortaleceu a velocidade e o poder que esta sociedade exerce sobre os meios de comunicação considerados tradicionais, como as grandes organizações jornalísticas.

Tais mudanças fizeram com que as empresas incluíssem funcionários dedicados exclusivamente às redes sociais e valorizasse a informação disponível online. Assim, a forma de se fazer jornalismo teve de se reciclar, já que com tanto material disponível no ciberespaço, devido à colaboração do público, foi necessário reestruturar o processo de construção das notícias, como a inserção da própria empresa e de seus funcionários nas redes sociais, um processo de apuração de pautas mais refinado, critérios de noticiabilidade com novos parâmetros de seleção, além da agilidade na informação e na construção de novas narrativas jornalísticas.

Com a inserção do Twitter no modo de se fazer jornalismo, o leitor está mais atento às informações e usa da ferramenta tecnológica para atuar também como um produtor, produzindo pautas, comentários e fazendo coberturas em tempo real nos acontecimentos da ordem do previsível e do imprevisível. Os aparelhos móveis são aliados desse processo, já que permitem o uso da internet em qualquer espaço.

3 O ACONTECIMENTO

Como diz Alsina (2010, p.111), “A produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento”. Mas o que podemos considerar como um acontecimento? A todo instante, fatos acontecem no mundo inteiro, porém poucos atingem um grande número de pessoas e se tornam referência na vida coletiva. A maioria é particular e não carrega uma carga simbólica e significativa para que tal assunto ganhe repercussão ou ocupe no sentido geral, a “pauta” diária da sociedade.

Segundo Quéré (2005), um acontecimento pode ter diferentes naturezas, sendo que algumas delas estão relacionadas com a proximidade particular em que eles ocorrem, tornando-o como algo que ficará na memória ou simplesmente numa experiência passageira. Para Quéré (2005, p.60) o acontecimento é tratado como “um fenômeno de ordem hermenêutica”, ou seja, a partir dele descortinam-se possibilidades de sentido. Esse poder é mais importante que a “motivação dos sujeitos” em questão.

“O sujeito não é a medida do acontecimento. Do contrário, não haveria acontecimento possível, dotado de um poder de revelação e de um potencial de inteligibilidade: haveria apenas fatos revestidos *a posteriori* de um sentido que antes não possuíam. Não é assim que os acontecimentos se inscrevem na ordem dos sentidos: são os acontecimentos que projetam um sentido sobre as situações e reconfiguram as possibilidades, para sujeitos dotados de uma certa sensibilidade e de hábitos”. (QUÉRÉ, 2005, p.70)

Dessa forma, um acontecimento só pode ser considerado “acontecimento”, se incidir a alguém (QUÉRÉ, 2005), mesmo que indiretamente. Compreender o acontecimento a partir dessa perspectiva é perceber os inúmeros sentidos que ele proporciona, levando ao limite da experiência de quem o “sofreu”. Assim, ele funciona como um ponto inicial para a construção de sentidos e possibilidades interpretativas, elucidando o papel dos media, transformando-se em acontecimento jornalístico.

Concordando com Ponte (2006, p.101), “nunca o acontecimento existe isolado do contexto onde aparece. A sua observação e interpretação ocorrem sempre numa dada situação ou campo problemático e são orientadas pela procura de respostas”. A busca por respostas surge de maneira a avaliar a questão colocada em discussão, reacendendo certas intrigas que estavam adormecidas e são essas intrigas que alimentam a discussão dos media.

Para Alsina (2010, p.130), “os meios de comunicação não só nos mostram acontecimentos nos quais nós não poderíamos participar, mas também, nos quais participamos, nos aproximam dos fatos de uma maneira diferente (...)”. Essa aproximação a

qual Alsina se refere está diretamente ligada ao enquadramento que o jornalista dá ao acontecimento definido a partir das lógicas de produção e de suas próprias experiências. Assim como Zelizer (2000, p.33) “propõe que se considere o jornalismo não só como profissão, mas também como uma comunidade interpretativa, unida pelo seu discurso partilhado e pelas interpretações colectivas de acontecimentos públicos relevantes”, consideramos que as interpretações dos jornalistas são refletidas diretamente ao enquadramento proposto pelo repórter na matéria veiculada, utilizando-se de estratégias para legitimar o assunto, mesmo quando este foi divulgado primeiramente por pessoas de fora da comunidade jornalística, atuando como colaboradores dos media.

Mais do que a intuição jornalística serão os critérios de noticiabilidade que irão definir os acontecimentos noticiados, em meio a inúmeros assuntos que os jornalistas trabalham diariamente. Segundo Wolf (2008):

“Noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. Sendo assim, a noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção: ela equivale a introduzir práticas de produção estáveis numa “matéria-prima” (os acontecimentos do mundo), por sua natureza extremamente variável e imprevisível”. (Wolf, 2008, p.196)

Com a internet e as mídias sociais, alguns acontecimentos mudaram a lógica dessa produção de conteúdo, não só por estarem num ambiente diferente, mas pela sua própria constituição, a rede. Consideramos que isso se deve tanto ao local das manifestações públicas - a internet - e a divulgação desses acontecimentos a partir de dispositivos móveis, o que indica uma maior velocidade na disseminação das informações.

3.1 Acontecimento em Rede

Integrados ao espaço das redes, os sujeitos tornaram-se parte daquilo que era produzido essencialmente pelos meios de comunicação de massa, auxiliando no processo de construção da notícia de forma ativa, porém num outro ambiente, as chamadas mídias sociais. O ciberespaço tem essa característica de ser um local muito propício para esse tipo de disputa simbólica entre atores e os media. Além de permitir uma maior abertura à opinião, todos são produtores e consumidores, o que intensifica o fluxo das mensagens e os espaços de discussões. As conexões formadas pelos usuários facilitam a velocidade de compartilhamento, aumentando o engajamento e a estruturação coletiva de certos assuntos. De acordo com

Ugarte (2007), o ciberespaço se caracteriza como uma rede distribuída, particularidade que diminui o controle do que deve ou não ser informado.

“Sua potência reside no fato de que desaparece a capacidade de filtro: eliminar ou filtrar um nodo ou um conjunto de nodos não impedirá o acesso à informação. Ao contrário do sistema informativo descentralizado, nascido do telégrafo, é impossível “derrubar pontes” e controlar a informação que chega aos nodos finais mediante o controle de alguns emissores”. (UGARTE, 2007, p.27)

Com essa liberdade, as pessoas se sentem mais estimuladas a construírem uma opinião, mesmo que não interfira significativamente no processo de discussão do que está em pauta. E isso não é novidade se pensarmos na abertura que os jornais sempre deram com as cartas ao leitor. O que modificou foi a intensidade com que as pessoas utilizam este espaço hoje. Salvo em caso de sites com moderadores, é possível opinar em qualquer assunto na internet de maneira rápida, com frequência e sem filtros reguladores, se tornando mais um espaço de exercício de competências argumentativas e opinativas da sociedade, onde é possível julgar e difundir ideias sem receio de censura.

O artigo de Malcolm Gladwell³¹, publicado em 2010 na The New Yorker, discute o ativismo social estimulado por redes sociais como Facebook e Twitter. Gladwell utiliza como argumento uma comparação entre movimentos civis em diferentes momentos, antes e depois do intenso uso das redes sociais pela população. Segundo ele, os movimentos civis para se transformarem em realidade, dependem de laços fortes e consolidados entre seus integrantes, para aí sim construírem uma rede capaz de modificar um sistema. Nas redes sociais digitais, esses laços são baseados em ideias e não em proximidade ou afetividade, o que inviabilizaria, de acordo com Gladwell, movimentos civis mais duradouros.

Porém, não é isso que estamos vendo nos últimos anos. As mobilizações que ficaram conhecidas como Primavera Árabe, no Norte da África e Oriente Médio ao longo de 2011, formam exemplos de acontecimentos que demonstram quanto uma manifestação pode ser mobilizada por pessoas que compartilham de uma mesma ideia, por mais distantes que sejam os laços afetivos destes. O que os une é o interesse por um mesmo assunto, característica que fortalece ainda mais a rede e coloca em dúvida o argumento dado por Gladwell. Por isso, é que Twitter e Facebook são as plataformas mais utilizadas para mobilizações nos dias de hoje, porque elas podem ser caracterizadas como redes instáveis, não lineares, abertas e sem limites, onde não há um único emissor responsável pela movimentação, mas sim um conjunto.

³¹ Disponível em: <http://nyr.kr/tnPt7K>

Não existe hierarquia nessa estrutura, a movimentação é infinita e dispersa, o que aumenta ainda mais a disseminação de informações.

No decorrer dos últimos anos, um conjunto de acontecimentos teve como origem a comunicação em rede, sejam eles assuntos sociais, políticos e econômicos como a Primavera Árabe³², o Occupy Wall Street³³ e os “Riots³⁴” de Londres, ou social e de entretenimento, a exemplo de “Pedro, cadê meu chip?”³⁵, “Kony³⁶”, “Cala boca Galvão³⁷” e “Luiza do Canadá³⁸”.

Os primeiros citados, por possuírem valores-notícia tradicionais foram automaticamente incluídos nas pautas da agenda jornalística. Porém, os segundos, se

³² A Primavera Árabe teve início com um protesto de um jovem tunisiano que ateou fogo ao próprio corpo em protesto às condições de vida na Tunísia. O ato deu início a uma série de protestos em todo o país contra o governo de políticos que estavam no poder por muito tempo. Na Tunísia, por exemplo, o presidente Zine El-Abdine Ben Ali ocupava o cargo desde 1987. Os protestos se alastraram por diversos países, como Egito, Líbia e Iêmen. Além de manifestações, passeatas e comícios, as chamadas mídias sociais foram fundamentais no processo de mobilização e difusão dos acontecimentos.

³³ O Occupy Wall Street é um movimento de protesto contra a desigualdade econômica e a corrupção no setor financeiro dos Estados Unidos. Os protestos tiveram início em setembro de 2011, com referência nas mobilizações da Primavera Árabe e a ocupação da Praça Tahir, no Egito. Até hoje, os integrantes do movimento seguem denunciando casos de corrupção e de impunidade e o objetivo do Occupy Wall Street é ocupar constantemente o espaço financeiro em Nova York, conhecido como Wall Street. O site <http://occupywallst.org/> segue informando os eventos e as mobilizações.

³⁴ Em 06 de agosto de 2011, um grupo de jovens e adultos ocuparam as ruas de Londres, Manchester, Liverpool, Bristol e Birmingham para protestar contra a péssima situação que o país estava vivenciando, devido uma economia centralizadora. Os manifestantes atearam fogo em diversos locais e entraram em combate com a polícia, devido os atos. Os protestos eram planejados através do Twitter e mensagens de celulares.

³⁵ O vídeo de uma mulher gritando descontroladamente “Pedro, cadê meu chip?” em frente a um prédio em Vitória, Espírito Santo, foi um dos assuntos mais comentados na internet em 2009. Pedro Queiroz pegou emprestado o chip do celular da ex-namorada, para gravar algumas músicas e numa noite, a moça foi ao prédio e começou a pedir o chip descontroladamente. Os vizinhos gravaram o escândalo e colocaram na internet. Foi o suficiente para que o vídeo se transformasse num fenômeno com mais de seis milhões de visualizações e muitas versões de humor. Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=EWC_B1u0hBE.

³⁶ “Kony 2012” é um dos maiores virais da internet mundial. O vídeo experimental era uma campanha que pretendia divulgar ao mundo a imagem de Joseph Kony, um rebelde da Uganda, procurado por crimes de guerra. O vídeo teve mais de 100 milhões de visualizações já nos primeiros dias da campanha, em março de 2012. Kony, que assassinou, sequestrou e estuprou milhares de pessoas, inclusive crianças, continua desaparecido. Disponível em <http://invisiblechildren.com/videos/kony-2012/>.

³⁷ A campanha “Cala a Boca Galvão” no Twitter, através de um vídeo publicado no Youtube foi o que bastou para o mundo acreditar em uma das mentiras mais bem contadas da história da internet. Galvão Bueno, locutor esportivo da Rede Globo de Televisão foi o alvo da brincadeira noticiada como verdade em jornais mundiais como o The New York Times. Tudo começou na época da Copa do Mundo em 2010, quando os espectadores da rede Globo começaram a se irritar com os comentários do locutor durante a cobertura. A hashtag #CALABOCAGALVAO foi parar nos Trending Topics Mundial, levando os estrangeiros a se perguntarem o que significava aquela frase. Foi então que a mentira começou a circular, de que Galvão era um pássaro brasileiro ameaçado de extinção e cada tweet com tag #CALABOCAGALVAO doaria R\$ 0,10 centavos para a Fundação dos Pássaros Galvão. O vídeo foi uma produção dos Nerds Kamikazes (www.nerdskamikaze.com) e enganou muita gente. Disponível em <http://nerdskamikaze.com/cala-boca-galvao-save-galvao-birds.html>.

³⁸ “Menos Luiza que está no Canadá” é um dos principais memes da internet brasileira. A frase surgiu de um comercial de um empreendimento imobiliário na Paraíba, em que o pai da menina, explica o porquê da ausência de Luiza no comercial, já que ela está fazendo intercâmbio no Canadá. Com inúmeras apropriações, Luiza se tornou uma celebridade da noite para o dia. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=BVxcWbh9HWE>.

analisados sob o ponto de vista dos critérios de noticiabilidade, não atingiriam o número mínimo de valores para que ingressassem num telejornal, muito menos em citações de portais de notícias e jornais da mídia tradicional. O interessante de todo esse processo é justamente o alcance que esses segundos exemplos de acontecimentos tomaram frente à mídia, alguns até com dimensão internacional.

“Luiza do Canadá” ocupou a capa de jornais internacionais e portais de notícias ao lado dos resultados da primeira etapa das eleições que definiria o rival de Barack Obama, “Pedro, cadê meu chip?”, ganhou destaque em matéria apresentada pelo programa Fantástico³⁹ da Rede Globo, “Kony” e “Cala boca Galvão” são considerados uns dos virais mais bem sucedidos da web, sendo que Cala boca Galvão conquistou nada menos que uma matéria no The New York Times⁴⁰.

Interessantes ou não à primeira vista, o que não dá para negar é o fenômeno em que certos tipos de acontecimentos se transformaram a partir de sua constituição nas redes sociais. Como diz Alsina (2010, p.143) “existem acontecimentos que se realizam unicamente para se tornarem notícia”, eles já possuem uma intencionalidade quando são produzidos, entretanto, acontecimentos da ordem do imprevisível carregam apenas elementos simbólicos que são traduzidos e é a implicação desses acontecimentos na sociedade, que os definem em suas repercussões.

Concordando em parte com Quéré (2005) quando diz que, “o papel dos media é, sem dúvida, decisivo enquanto suporte, por um lado, da identificação e da exploração dos acontecimentos, por outro, do debate público através do qual as soluções são elaboradas ou experimentadas”, acreditamos que não só os media atuam como suporte da exploração dos acontecimentos, mas também os produtores e distribuidores que não fazem parte de organizações jornalísticas. A forma organizacional em que o sistema midiático se encontra hoje é definida pela própria sociedade em rede, onde cada nó atua dentro de uma esfera de rede global.

3.2 Elementos de Identificação

Antes de partirmos para algumas hipóteses descobertas através da análise de acontecimentos e fatos derivados das redes sociais digitais, temos que compreender a definição de meme, uma palavra que hoje explica um comportamento social e que significa

³⁹ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=i4bU-zC4UfE>

⁴⁰ Disponível em <http://www.nytimes.com/2010/06/16/nyregion/16about.html>

uma unidade de informação que se multiplica/replica. O conceito foi criado por Richard Dawkins, no livro *O Gene Egoísta* (1976) e vem da redução do termo “mimeme”, proveniente de raiz grega. Segundo Dawkins (2007):

“Exemplos de memes são melodias, ideias, slogans, as modas no vestuário, as maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Tal como os genes se propagam no pool gênico saltando de corpo para corpo através de espermatozoides ou dos óvulos, os memes também se propagam no pool de memes saltando de cérebro para cérebro através de um processo, que num sentido amplo, pode ser chamado de imitação. Se um cientista ouve ou lê sobre uma boa ideia, transmite-a aos seus colegas e alunos. Ele a menciona nos seus artigos e nas suas palestras. Se a ideia pegar, pode-se dizer que ela propaga a si mesma, espalhando-se de cérebro para cérebro” (DAWKINS, 2007, p.330).

Com a ocorrência cada vez mais frequente de acontecimentos provenientes das redes sociais na internet, pressupomos que alguns assuntos já possuem uma lógica estrutural da rede, através de elementos encontrados tanto em conjunto, como de forma isolada em sua constituição⁴¹. Para chegarmos a essa hipótese, analisamos características de 20 memes, comportamentos e movimentos culturais⁴² que mais fizeram sucesso no Brasil e no mundo em 2012.

O critério de seleção para os casos deu-se primeiramente pelo ano de ocorrência. O ano de 2012 em especial, foi de destaque e de interesse da sociedade brasileira por essas tendências, conforme indica pesquisa⁴³ do Google. Segundo o site de busca, o termo meme foi o segundo mais pesquisado do ano na seção de imagens da ferramenta. O segundo critério levado em conta para a escolha foi a relevância e a utilização dos mesmos pela sociedade. É importante ressaltar que esses elementos encontrados podem sofrer variações e adendos em outros casos aplicados, devido a complexidade do espaço em que se criam. Porém, com a escolha de situações bem diversas, acreditamos que os elementos sugeridos possam servir de fonte para outros estudos que verifiquem o comportamento de massa nas redes sociais.

⁴¹ Henn (2013) pondera que, ao propor o conceito de o meme, Dawkins esquece-se de também incorporar nele aquilo que considera fundamental para a existência do gene: a criação de suas máquinas de sobrevivência. Segundo ele, o gene, assim como o meme, constitui-se no nível da estruturalidade. A melodia que se reproduz não é o meme: ela é sua máquina de sobrevivência através da qual se reproduz. Por conta disso, defende que reduzir o meme apenas a fenômenos de alta replicação, seria um erro redutor, na medida em que ele é algo que dispara a estrutura de todos os processos culturais.

⁴² Foram analisados os seguintes casos: “Menos Luiza que está no Canadá”, Nissim Ourfali, Para nossa alegria, Evaristo e o Mamão, Gina Indelicada, Personagens adjetivados, Spoder da depressão, #chatiado, As mina pira, Meme das eleições, Avenida Brasil, O que queremos?, Willy Wonka Irônico, Namorada sinistra, Call me Maybe, Gangnam Style, Kony, Ridiculously Photogenic Guy, Ecce Homo e Grumpy Cat”. No site Youpix é possível encontrar um compilado com a explicação de cada um desses memes, tendências e comportamentos que foram destaques em 2012. Disponível em <http://youpix.com.br/memepedia/os-melhores-memes-de-2012/>.

⁴³ Disponível em <http://www.google.com/zeitgeist/2012/#brazil/image-searches>. Acessado em 01/02/2013.

De acordo com os memes selecionados, notamos os seguintes elementos como próprios da estrutura em rede:

Elementos da rede	Características	Memes
Elementos da mídia	Acontecimentos ou situações que possuem em sua estrutura indicações ou referências das mídias de massa.	- Evaristo e o Mamão - Avenida Brasil
Ironia	Situações do cotidiano que geralmente são recriminadas por um grupo de usuários, que utiliza a figura de linguagem para expressar sua opinião ou emitir julgamento sobre determinado assunto.	- Willy Wonka Irônico - #chatiado - Gina Indelicada - Ecce Homo - Spoder da depressão - As mina pira - Meme das eleições - Namorada sinistra - Personagens adjetivados
Humor	Este elemento é um dos mais usuais nas redes sociais digitais. Geralmente os memes e comportamentos da sociedade têm como objetivo final o humor, por mais que o foco seja qualquer um dos outros elementos aqui citados.	- Menos Luiza que está no Canadá. - Evaristo e o Mamão - Nissim Ourfali - Para Nossa Alegria - As mina pira - O que queremos? - Namorada Sinistra - Call Me Maybe - #chatiado
Mobilização	Casos de mobilização possuem duas vertentes, ou é gerado por um grupo de pessoas em busca de um objetivo em comum ou	- Meme das eleições - Call Me Maybe - Gangnam Style - Kony 2012 - Menos Luiza que está no

	geralmente estão ligados as consequências do acontecimento, que resultam no engajamento dos usuários da rede em reproduzir e se apropriar do conteúdo.	Canadá
Sarcasmo	O Sarcasmo está diretamente ligado à ironia e contabiliza a maioria dos memes e comportamentos nas redes sociais digitais. De alguma forma tem uma ligação estreita com o humor, que é refletido na apropriação e reverberação dos usuários da rede.	<ul style="list-style-type: none"> - Gina Indelicada - As mina pira - Spoder da depressão - Willy Wonka Irônico - Ecce Homo - Meme das eleições - O que queremos? - Call Me Maybe - Ridiculously Photogenic Guy - Personagens adjetivados - Grumpy Cat
Inusitado	Situações imprevistas que surgem na rede causando surpresa nos usuários. Conhecidas como as “pérolas das redes sociais da internet” são esses acontecimentos que mais geram reverberação dos usuários.	<ul style="list-style-type: none"> - Gangnam Style - Nissim Ourfali - Para Nossa Alegria - Menos Luiza que está no Canadá
Vertente Sexual	Casos que remetam a algum elemento sexual, erótico ou que estimula as relações interpessoais de forma íntima chamam a atenção especificamente pelo assunto abordado.	<ul style="list-style-type: none"> - As mina pira - Ridiculously Photogenic Guy

Irrelevância	Casos irrelevantes surgem a todo o momento. O que tornam eles de interesse da sociedade é o grande segredo para descobrir o porquê as pessoas levam adiante algo que a princípio não é interessante. A adição de outros elementos é uma pista para entender esse comportamento.	- Menos Luiza que está no Canadá - As mina pira
Indignação	Casos políticos, movimentos culturais e assuntos mais sérios que envolvam organizações são o que definem a temática desse elemento.	- Kony 2012 - Meme das eleições

Tabela 1 – Estruturação de elementos das redes sociais digitais proposta pela autora

Devemos atentar para o fato que todos esses memes analisados, se reproduziram nas redes sociais digitais por já possuírem em sua essência pelo menos algum dos elementos citados acima. Possuir esses elementos não garante que o fato se tornará conhecido. O que define se ele se transformará num meme ou não é a movimentação e a apropriação dos usuários, que ressignificam o conteúdo e dão um novo sentido a eles. Os acontecimentos só se tornam memes, a partir do momento em que a informação é negociada, traduzida, reciclada e compartilhada com outros usuários em rede, podendo assim ser classificados como ciberacontecimentos.

4 O JORNALISMO E AS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Com o crescente uso das plataformas digitais para a prática da interação social, novas formas de relacionamento e compartilhamento das informações surgiram, transformando maneiras de expressão e a relação de poder existente na sociedade. A criação de comunidades, a construção de narrativas coletivas e a experiência de pertencimento de um espaço público/privado no ciberespaço nos revelam um interessante fenômeno. Aquilo que já vinha de uma cultura constituída acabou por instituir diferentes camadas culturais na sociedade, ressignificando o próprio processo que estava constituído. Nesse contexto, o jornalismo acostumado com a detenção da centralidade da informação, ainda hoje não se estruturou a ponto de saber lidar com a cadeia de informações proporcionada pelas redes sociais digitais. De acordo com Thompson (2009):

“O crescimento dos múltiplos canais de comunicação e informação contribuiu significativamente para a complexidade e imprevisibilidade de um mundo já extremamente complexo. Criando uma variedade de formas de ação à distância, dando aos indivíduos a capacidade de responder de maneiras incontroláveis a ações e eventos que acontecem à distância, o desenvolvimento da mídia fez surgir novos tipos de inter-relacionamento e de indeterminação no mundo moderno, fenômenos cujas características e conseqüências estamos longe de entender cabalmente” (THOMPSON, 2009, p.107).

Thompson (2009) estava correto quando afirmou que estaríamos longe de entender completamente tal fenômeno. Quatro anos depois de sua afirmação, ainda estamos em processo de mutação, tentando compreender através de estudos e pesquisas, como se estabelecem esses meios. As contribuições propostas neste trabalho vêm justamente de encontro a essa reflexão e entendimento do momento atual do jornalismo e das relações sociais. Frente a essa descentralização do processo jornalístico, com a entrada da tecnologia digital nas redações, diversos conceitos precisam ser repensados e até mesmo reformulados, como por exemplo, a definição de notícia. A estrutura aparentemente linear e estável em que o jornalismo estava habituado a permear, agora se encontra totalmente desordenada, com a ação tanto de organizações jornalísticas, como de produtores informais. São esses fatores de confusão, que fazem com que o processo de agendamento da notícia se torne difuso, multidirecional e cada vez mais complexo.

A hipótese aponta para os media com um poder de tematização sobre o público, agendando aquilo que seria a pauta diária nos assuntos da sociedade. Assim, as pessoas construiriam seus conhecimentos a partir do que é postulado pelos media. Essa tematização se

apresenta num ambiente semiótico, onde a geração de interpretantes se define de outros campos da própria sociedade e é justamente nesse foco que Wolf (2008, p.146) explica algumas dificuldades que a própria hipótese apresenta quando verificada no campo empírico.

“Algumas competências teóricas como as problemáticas dos processos de mediação simbólica e dos mecanismos de construção da realidade, assim como o quadro da sociologia do conhecimento são praticamente ausentes nos corpus das pesquisas, assim como parece frágil a consciência da utilidade de outras disciplinas (psicologia cognitiva, semiótica textual). Sendo assim, deparamos com uma direção de análises surgidas numa matriz de tipo sociológico-político-lógico, que define os problemas para os quais a complementaridade dos modelos teóricos é realmente indispensável, mas que na prática de pesquisa ainda não desenvolveu adequadamente essa consciência” (WOLF, 2008, p.146).

Dessa forma, não só as apropriações dos sentidos dessas tematizações, como os novos meios tecnológicos colocam a questão do agendamento em discussão. Por ser tão restritiva em algumas colocações, a hipótese permite ser questionada por sua unidirecionalidade, contrária ao contexto em que a produção da notícia se configura atualmente devido as mudanças das práticas jornalísticas, em que boa parte dos produtores de informação não são constituídos por grandes organizações. Segundo Henn (2010),

“Diante da entropia do cotidiano, a semiose jornalística, que tem como matriz diversas linguagens e códigos, auto organiza-se de forma hipercomplexa. Com as redes sociais o processo de produção e circulação de notícia hoje está disseminado. A notícia não precisa necessariamente frequentar o ambiente chancelado como o lugar institucional da notícia” (HENN, 2010, p. 94).

Essa descentralização das redes na sociedade de hoje é um dos motivos que auxilia na rearticulação do debate sobre o agendamento e algumas outras definições como a construção da notícia nesses ambientes digitais.

4.1 A Construção da Notícia a Partir do Twitter

Luiza estava no Canadá num intercâmbio, enquanto seu pai gravava um comercial de TV. Zezé Di Camargo e Luciano, famosa dupla sertaneja, estava no Paraná para mais um de seus milhares shows que fazem pelo Brasil. Jovens estudantes estavam numa boate em Santa Maria/RS se divertindo. Novo jogador Uruguaio é cotado para o time do Grêmio.

As situações descritas acima são comuns e acontecem todos os dias. Diariamente estudantes partem para outro país em busca do tão sonhado intercâmbio, diariamente pessoas produzem e estrelam comerciais de TV, artistas viajam pelo Brasil para se apresentarem,

jovens freqüentam festas em busca de diversão e times de futebol buscam novos jogadores como reforço da equipe. O que aparentemente elas teriam em comum?

À primeira vista nada. Mas se verificarmos de onde elas surgiram e quem as noticiou primeiramente, veremos que todas têm um ponto em comum: as redes sociais. Como neste trabalho o foco principal é analisar os fluxos, as apropriações e a construção das notícias que surgem a partir do Twitter, utilizaremos apenas esta rede social para explicar como acontecem esses processos construtivos.

Três diferentes caminhos direcionam o processo inicial de construção de uma notícia, porém, devemos lembrar que o que faz um acontecimento surgir ou se proliferar consideravelmente pela rede é a movimentação dos atores envolvidos e não somente o tweet pioneiro. Tweets surgem a todo o momento. Aqueles que vêm carregados de elementos próprios das redes sociais, como sugere a tabela desenvolvida no subcapítulo 2.2, possuem uma maior propensão a se proliferar. Mas isso não acontecerá caso inexista engajamento e interação dos usuários. Sendo assim, ele será apenas mais um no meio de tantos outros. Vejamos os exemplos desses caminhos que definem o primeiro passo da construção de uma notícia:

- 1) Tweet com informação divulgada por alguém com forte capital social e poder de disseminação, engajamento e reverberação na rede;
- 2) Temática em comum que desencadeia um conjunto de tweets divulgados por diferentes atores, gera uma cascata de informação e contagia outros usuários a se apropriarem do tema, disseminando-o rapidamente;
- 3) Informação divulgada pelas mídias de massa, apropriada por um grande número de usuários.

Como já discutimos anteriormente, a plataforma tem uma vantagem que é a possibilidade de divulgação de maneira rápida e distribuída por qualquer pessoa, ainda mais com o crescente uso dos dispositivos móveis que intensificam a velocidade com que as informações chegam às pessoas. O capital social delas vai influenciar diretamente na difusão do conteúdo. Por exemplo, uma notícia postada por alguém influente, com poder de decisão na sociedade, terá muito mais credibilidade do que uma pessoa sem uma rede engajada e consolidada. Dessa forma, seu capital social elevado está absolutamente ligado à movimentação conjunta de um determinado assunto posto em discussão. Muitas vezes, é por isso que notícias irrelevantes reverberam mais do que informações importantes, sobretudo quando postadas por alguém que possui uma rede limitada, composta apenas por amigos próximos.

Ao publicarmos uma informação na rede social digital, são os usuários que decidirão por se apropriar daquele conteúdo ou não. É claro que um assunto de ordem social, especialmente imprevisível, possui critérios que tendem a ser apropriado instantaneamente. Catástrofes naturais, acidentes, decisões políticas, a vida das celebridades e a própria mídia são temáticas de interesse da sociedade e que circulam facilmente entre os assuntos discutidos. Tomemos como exemplo o acontecimento mais recente de 2013: o incêndio na boate Kiss⁴⁴ em Santa Maria, o terceiro maior caso de incêndio em boates no mundo, que até a finalização dessa dissertação havia levado 239 jovens à morte.

Primeiramente é importante ressaltar que este exemplo já é um acontecimento constituído em sua totalidade, pela relevância, potencialidade, força e afetações, que o qualifica como um acontecimento da ordem do imprevisível. Portanto, possui todos os critérios para ser apropriado e divulgado pela mídia tradicional. O que nos interessa em especial é entender como que se dá o processo inicial de construção da notícia a partir das plataformas digitais, que se caracterizam como um importante canal de comunicação.

No caso da boate Kiss, as primeiras informações surgiram minutos após o início do fogo, através de mensagens postadas no Twitter e Facebook via celular. Pessoas que passavam na frente da boate e outras que estavam dentro do local, sem conseguir sair enviavam informações sobre o acontecimento através de desesperados pedidos de socorro. Amigos, parentes e moradores da cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, conectados nas redes sociais na madrugada do dia 27 de janeiro, foram os primeiros, a saber, sobre o incêndio e coletivamente tentavam entender o que realmente estava ocorrendo.

⁴⁴ Na madrugada do dia 27 de janeiro de 2013, um incêndio aconteceu na boate Kiss em Santa Maria, localizada na região central do Rio Grande do Sul. Segundo testemunhas, mais de 1.000 pessoas estavam no local no momento em que o vocalista da banda “Gurizada Fandanguera” acendeu um artefato pirotécnico, pegando fogo no teto da boate. Com o estado de caos instalado, as pessoas começaram a procurar a saída, porém, o gás liberado pelas chamas fez muitas pessoas desmaiarem, levando-as a óbito em menos de cinco minutos. Jovens pisoteados, se empurrando, tentando salvar o máximo de pessoas possíveis foi o cenário final de uma festa que reunia estudantes universitários que só queriam se divertir. A situação de guerra divulgada por vídeos e depoimentos das vítimas chocou o mundo. Enquanto os feridos eram levados para os hospitais da cidade e região, os corpos seguiam para o Centro Desportivo Municipal, um complexo de ginásios da cidade conhecido por abrigar eventos comerciais e esportivos. Uma intensa ação de médicos, voluntários e órgãos do governo foi montada para auxiliar no caso, gerando uma rede de solidariedade que foi potencializada pelo uso das redes sociais. O engajamento virtual fez com que bancos de sangue ficassem lotados, psicólogos, profissionais da saúde, pessoas de todos os setores se colocando à disposição por uma só causa: salvar vidas que ainda estavam em risco e estancar a dor dos familiares. O caso que até o momento atingiu 239 vítimas fatais, está em processo de apuração pela polícia civil, levando à prisão temporária dos dois sócios da boate e de dois músicos da banda “Gurizada Fandanguera”. A perícia concluiu que o gás cianídrico, liberado pela queima da espuma utilizada como isolamento acústico do ambiente, foi o que levou os jovens à morte em menos de três minutos segundo especialistas em toxicologia. De acordo com a Prefeitura Municipal da cidade, a casa noturna estava com o plano de prevenção contra incêndio vencido desde agosto de 2012. Atualmente, Prefeitura, Bombeiros e proprietários do local se defendem e trocam acusações de quem era a responsabilidade de vistoria e regularidade da situação.

Como um quebra-cabeça, as notícias construídas a partir do Twitter são marcadas por fluxos difusos, o que dificulta o encontro de peças-chave que possam esclarecer a totalidade da notícia construída. Dessa forma, é que as ferramentas de busca e os indexadores, como as hashtags ou os trending topics facilitam a compreensão. A hashtag #ForçaSantaMaria e a palavra Santa Maria nos Trending Topics Brasil são exemplos.

À medida que as informações chegavam, a notícia se ressignificava, tomando novas proporções frente ao acontecimento e sua construção. As micro-narrativas estabelecidas pelos usuários das redes sociais foi o que construiu a notícia primeiramente, dando espaço à mídia local que se ambientava aos poucos. Após a consolidação dos fatos, redes sociais e veículos jornalísticos se tornaram parceiros e colaboradores, porém, as redes sociais foram mais eficazes em notícias de última hora e atualizações, renovando o ciclo, diferente do jornalismo que demorou a trazer novidades, sendo muitas vezes repetitivo.

No caso especificado acima, podemos dialogar com a fala de Jenkins (2009, p.347), sobre o “crescente contato e colaboração entre as instituições de mídia consagradas e as emergentes”. A velha briga entre o surgimento e a decadência de uma mídia, agora é substituída por essa manifestação citada por Jenkins (2009), em que ocorre a “expansão do número de agentes produzindo e circulando mídia, e o fluxo de conteúdo pelas múltiplas plataformas e redes”. A cooperação entre ambos pode ser um indício de aceitação e experimento nessas novas relações midiáticas. Entretanto, nem tudo é confiável. Deve-se levar em conta que os “produtores” em sua maioria não são jornalistas e quase sempre utilizam as redes como entretenimento.

Estar atento aos fatos, checar as informações e manter a credibilidade é obrigação do jornalista, que tem como objetivo principal na profissão, priorizar a qualidade e a veracidade dos fatos. Disseminado no Twitter, no dia 4 de fevereiro de 2013, o mais recente caso de falha jornalística por causa de informações não conferidas foi a de Enrico Cabrito, jogador fictício criado por dois amigos, cotado para integrar a equipe do Grêmio. Desde 18 de janeiro de 2013 na plataforma, os tweets⁴⁵ se resumiram a afirmações falsas sobre a contratação, comentários gerais e intensa conversação com alguns usuários. A brincadeira foi sustentada de forma tão verdadeira que gerou um fluxo de mensagens de diferentes usuários dentro da rede, que confirmava o boato. Até montagens de portais de notícias falsas foram criadas com o intuito de dar mais credibilidade ao caso. A apropriação das informações, a partir dos atores nos

⁴⁵ www.twitter.com/enricocabrito

revela diferentes percepções e experiências que complexificam a construção do acontecimento em sua totalidade, gerando a notícia.

Com isso, até mesmo jornalistas renomados do círculo esportivo acreditaram no boato. Farid Germano⁴⁶, jornalista da Rádio Grenal, publicou no dia 4 de fevereiro, às 01h30, o seguinte tweet: “Enrico Cabrito, Lateral esquerdo Argentino, ESTA sendo contratado pelo Grêmio. @rdgrenal @thiago_suman @rafapfeiffer”. A afirmação de Farid motivou outros jornalistas a cometerem o mesmo erro, como o jornalista esportivo Paulo Brito, apresentador da RBSTV. Brito confirmou ao vivo⁴⁷ no programa Jornal do Almoço do mesmo dia 4, às 12h30, a notícia “Grêmio que estaria contratando um lateral esquerdo uruguaio, sabe como é o nome, como chamam? Cabrito. Cabrito é o lateral uruguaio que o Grêmio está tentando reforçar aí o seu grupo, nas próximas horas”.

A gafe motivou a ressignificação do fato, o transformando em um acontecimento pela sua afetação. Após a divulgação de Farid e Paulo Brito, os atores se sentiram ainda mais estimulados para seguir com a brincadeira, porém, agora com uma apropriação irônica voltada às divulgações feitas pelos jornalistas. A exaltação de Farid, insistindo que o seu Twitter teria sido hackeado e que a informação postada não foi de autoria dele, trouxe ainda mais à tona a discussão da credibilidade jornalística e da apuração, atividade básica da profissão. O processo semiótico das informações fez com que o tema chegasse aos Trending Topics Brasil, desencadeando a hashtag #Cabritoday, utilizada para marcar o acontecimento como uma data memorável na imprensa esportiva. De acordo com Thompson (2009):

“A gafe e o excesso explosivo, o desempenho do efeito contrário, o vazamento e o escândalo: são ocorrências que indicam a dificuldade de controlar completamente a própria visibilidade através da mídia, e a vulnerabilidade aos riscos que provêm do caráter ambíguo da visibilidade mediada. Uma das razões por que é tão difícil controlar o fenômeno da visibilidade mediada é a total proliferação dos meios de produção e de transmissão das mensagens mediadas no mundo hoje” (Thompson, 2009, p.131).

A fragilidade com que os jornalistas lidam com as informações divulgadas na internet traz à tona uma importante reflexão sobre o seu papel atual, diante da chegada das chamadas mídias sociais dentro das redações e como que a mídia se comporta diante da divisão de espaço com esses novos “produtores” na construção de notícias. Esses acontecimentos demonstram que cada vez mais as redes sociais são utilizadas como um meio de busca de

⁴⁶ www.twitter.com/faridgermano

⁴⁷ Disponível em <http://youtu.be/skkquKvCRPk>. Acessado em 05 de fevereiro de 2013.

pautas e informações da sociedade, revelando a sua complexidade como um novo canal de comunicação.

4.1.1 Apropriações Jornalísticas

Milhares de notícias chegam às redações jornalísticas a todo o momento. Agências e assessorias são algumas das responsáveis por disseminar informações dos fatos e acontecimentos que surgem na sociedade em geral. Com a disseminação das redes sociais digitais como potencial agenciador de notícias e produção de conteúdo, as instituições de mídia tradicional viram nas plataformas um novo canal de comunicação com o público.

Assim, estar nesse ambiente é uma necessidade, tanto para acompanhar a movimentação, os interesses e a reverberação da sociedade, como para atingir novos espectadores, leitores e ouvintes. As notícias agora em 140 caracteres, associadas a links, mudaram a nossa forma de consumir informação, que se caracteriza pela conjunção de mídias. Rádio e TVs Web, Jornais e Revistas Online fazem cada vez mais parte da vida das pessoas, transformando não só a forma de consumo como também o comportamento cultural. Se antes estávamos acostumados a sair de casa para buscar o jornal na banca, hoje, nada disso é preciso. Basta abrir o computador ou o tablet para termos uma biblioteca imensa dentro de um só espaço. Segundo Thompson (2009, p.119), com o passar do tempo e o advento de novas tecnologias como o rádio e a televisão, “a recepção dos produtos da mídia se tornou uma forma de apropriação privatizada”, reduzindo significativamente a interação face a face.

Esta reordenação de espaço e tempo das notícias torna o processo muito mais global, com conexões e interfaces que ultrapassam a barreira do jornalismo em si. Identificar as principais dimensões desse processo é um dos objetivos deste trabalho e é na apropriação que descobrimos a construção de sentidos que o meio nos oferece. Assim, com esta configuração, os veículos de comunicação implementaram dentro das redações o trabalho de profissionais exclusivos para o monitoramento e atualização de redes sociais, porém como o novo meio de comunicação era até então desconhecido da prática jornalística, as instituições tiveram de se adaptar e reconhecer que o profissional responsável pelas redes sociais de uma empresa precisa estar apto e ser capacitado para tal atividade. É ele que estará em contato direto com o público e como as plataformas exigem rapidez, clareza, velocidade e resultado em suas ações, qualquer falha pode trazer sérias conseqüências para a organização.

Desde o surgimento das redes sociais digitais, as empresas vêm se conscientizando lentamente da importância deste novo canal de comunicação e da qualidade do trabalho de um

profissional especializado. Com essa transformação cultural que está acontecendo, em que tudo o que surge, de alguma forma, prolifera-se na internet, ter em mente um planejamento e uma boa estratégia são situações quase certas para o sucesso. Conhecer o espaço, o seu público, desenvolver material de qualidade e se relacionar são quatro pontos-chaves que fazem desse ambiente, uma esfera complexa e repleta de significações.

Devido a adaptação dos meios jornalísticos, até o momento não existe uma regra universal que unifique a maneira que os jornalistas devem atuar nas redes. Dentro das redações vemos pessoas trabalhando como social media⁴⁸, sem o mínimo conhecimento sobre o ambiente. Situações como o público sem respostas, atualizações sem foco definido, demora na resolução de problemas, crises não gerenciadas, informações erradas e inúmeros outros casos acontecem todos os dias.

Contudo, o jornalismo se apropriou das redes sociais digitais de duas formas, tanto como um novo canal de informação, como um ambiente potencialmente produtivo para o surgimento de pautas. Cada apropriação é feita de uma maneira diferente, porém, as redes permitem que o jornalismo executado nas redes sociais tenha uma maior leveza, possibilitando a inserção de elementos descontraídos, que se adaptam e vão de encontro de proposta das plataformas. Por isso, todo o cuidado é pouco. Jornalistas que usam o nome da empresa em seus perfis estão sendo monitorados o tempo todo, pois, podem emitir alguma opinião pessoal, porém, serem entendidos de maneira inversa, como a opinião da “instituição”. Dessa forma, é que tanto as organizações como os jornalistas deveriam criar estatutos de uso para as redes sociais.

Além do uso funcional, vemos um interessante movimento da mídia quando se apropria dos conteúdos que as plataformas oferecem. Ainda sem saber o papel que ocupa perante esse novo cenário, notamos uma apropriação generalizada dos casos atualmente. Mesmo aqueles sem critérios de noticiabilidade, hoje são conteúdos em potencial para explorar.

⁴⁸ Social Media é o profissional responsável pela atualização, planejamento, monitoramento e estratégias nas mídias sociais.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Diante do infinito mundo da internet, optar por uma metodologia específica para o trabalho desenvolvido foi uma atividade desafiadora. Desde o projeto de pesquisa não tínhamos definido ainda qual seria o procedimento metodológico, por se tratar de um espaço complexo e com fluxos difusos. Após algumas tentativas de aplicação sem sucesso, sem saber quais seriam os casos analisados posteriormente, deixamos que os objetos empíricos nos mostrassem o melhor caminho a seguir.

Depois de um ano de observação, o “grande” acontecimento, norteador desta pesquisa apareceu. A definição por estudar acontecimentos imprevisíveis, que surgiriam a partir das redes sociais digitais nos levou a construir um caminho teórico-metodológico específico para a melhor compreensão do processo de construção de notícias no Twitter, reconhecimento dos fluxos e apropriações jornalísticas.

O conceito de Semiosfera de Iuri Lotman foi o ponto centralizador para o desenvolvimento e aplicação da teoria semiótica, a partir de considerações específicas como os processos de negociação, tradução, ressignificação e apropriação no ambiente das redes sociais digitais. A construção teórica foi o que delineou o percurso deste trabalho em sua totalidade, o transformando em um estudo com características qualitativas descritivas, baseado em verificações observadas a partir de um local em particular: o Twitter.

Tentar entender um fenômeno em sua completude nos exigiu um extenso e trabalhoso tempo de observação, em busca de pistas e significados que nos revelassem algum movimento diferencial. Anteriormente utilizando a plataforma apenas com intenção informacional, a autora por mais que entendesse as lógicas da rede, não havia ainda compreendido as intensas relações existentes nos espaços mais obscuros da rede social.

Para isso, o monitoramento da plataforma aconteceu desde o início do curso de mestrado, em março de 2011, ao último mês de pesquisa, fevereiro de 2013. Neste tempo, foram analisados pelo menos 1h por dia, em diferentes turnos, de maneira ampla e global, os movimentos, tendências e comportamentos que apareciam na rede. Esta análise generalizada foi um exercício de imersão na plataforma, a fim de compreender as relações sociais, a conversação em rede, a estruturação espacial, os fluxos dispersos, as temáticas e as estruturas construídas a partir de conexões.

Dessa forma, é que selecionamos tweets e matérias jornalísticas de dois acontecimentos da ordem do imprevisível, que ilustrassem o fenômeno a ser compreendido, porém, não se descartou a ausência de qualquer elemento no campo, já que a “ausência” pode

ser considerada como um ruído importante no processo analisado. Sendo assim, através de amostragens qualitativas, o estudo se baseou em acontecimentos que tiveram o Twitter como impulsionador do desencadeamento de informações na rede, com circulação posterior nos veículos jornalísticos.

Por mais que nossa pesquisa tenha se limitado a dois acontecimentos para refletirmos acerca do fenômeno cultural que estamos vivenciando, acreditamos que o recorte de apenas um veículo jornalístico não nos daria a dimensão dos fluxos informativos, das apropriações e das agendas múltiplas e difusas constituídas pelos usuários. Assim, optou-se pela incorporação de toda e qualquer veiculação jornalística encontrada, que tratou o tema com destaque. O mapeamento permitiu a compreensão das dinâmicas semióticas no processo de construção da notícia e os elementos específicos dos acontecimentos nelas constituídos.

É com essa estrutura metodológica que nos aproximamos do campo, com a coleta de informações dos dois casos analisados: “A possível separação da dupla sertaneja Zezé Di Camargo e Luciano”, acontecido em 27 de outubro de 2011 e “Luiza do Canadá”, o acontecimento que dominou as chamadas mídias sociais e grande parte dos veículos jornalísticos no período de 12 de janeiro a 26 de fevereiro de 2012.

Os dois casos serão analisados de forma diferentes, sendo que cada um teve uma especificidade perante a cobertura jornalística na época. Para o caso “Zezé Di Camargo e Luciano”, será levado em conta especificamente a apropriação jornalística, já que sua constituição possui elementos que o enquadram nas categorias de um acontecimento genuíno.

Como processo de compreensão da totalidade do acontecimento, foram coletados, além de tweets do perfil da banda e do Trending Topics Brasil do dia 28 de outubro de 2011 em dois horários diferentes (14h30 e 15h07), os vídeos de programas de que abordaram o tema, como Jornal do SBT⁴⁹ (27/10/2011); Bom Dia Brasil⁵⁰ (28/10/2011); Domingo Espetacular⁵¹ (30/10/2011); Fantástico⁵² (nos dias 30/10/11 e 06/11/11); o vídeo com o anúncio da separação divulgado no Youtube por um fã⁵³ e matérias de sete grandes portais brasileiros: Band⁵⁴, Folha de São Paulo⁵⁵, G1⁵⁶, O Globo⁵⁷, R7⁵⁸, SBT⁵⁹ e Terra⁶⁰.

⁴⁹ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=DZBQaNxHt7w>

⁵⁰ Disponível em <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2011/10/assessoria-nega-fim-da-dupla-zeze-di-camargo-e-luciano-entenda-o-caso.html>

⁵¹ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=pzmnPJR77Qk>

⁵² Disponível em <http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1676435-15605,00.html> (30/10/2011) e <http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1676552-15605,00.html> (06/11/2011)

⁵³ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=xBbuSx5D3LI&feature=related>

⁵⁴ Disponível em <http://www.band.com.br/entretenimento/musica/noticia/?id=100000464934>

⁵⁵ Disponível em <http://f5.folha.uol.com.br/celebridades/998235-rafinha-bastos-ironiza-o-fim-da-dupla-zeze-di-camargo-e-luciano.shtml>

Em “Luiza do Canadá”, devido à grande quantidade de programas de televisão que a estudante participou, não foi possível coletarmos todo o conteúdo disponibilizado, devido o intenso fluxo de informações. Dessa forma optou-se por coletar matérias dos portais G1 (17⁶¹, 18⁶² e 19/01/2012⁶³); Globo.com (20/01/2012), sendo que estas englobam programas como Globo Esporte⁶⁴ e Jornal da Globo⁶⁵; portal R7⁶⁶ (18/01/2012); vídeo do programa Jornal Hoje⁶⁷ (19/01/2012); matéria no Bom Dia Brasil⁶⁸; o programa Sem Censura, da TV Brasil⁶⁹; o comentário de Carlos Nascimento no SBT Brasil⁷⁰; o comercial que deu origem ao acontecimento⁷¹ e o posterior apresentado pela própria Luiza⁷²; vídeo do show do músico Lenine que faz referência à Luiza⁷³; Trending Topics dos dias (17, 18 e 19/01/2012); análise do gerenciador Topsy⁷⁴ (24 a 28/01/2012); matéria publicada no Jornal Metro do Canadá (25/01/2012); além de 305 tweets do perfil @lumrabello (12/01 a 26/02/2012).

No caso “Luiza do Canadá”, será levado em conta a constituição do acontecimento através do fluxo de informações no perfil do Twitter da estudante e a apropriação jornalística do caso como construção de notícias. Por mais que não tenhamos nos detido especificamente

⁵⁶Disponível em <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/10/luciano-anuncia-fim-da-dupla-com-zeze-di-camargo-assessoria-nega.html>

⁵⁷ Disponível em <http://oglobo.globo.com/blogs/nasredes/posts/2011/10/28/twitter-de-zeze-di-camargo-luciano-nega-separacao-da-dupla-413720.asp>

⁵⁸ Disponível em <http://entretenimento.r7.com/musica/noticias/voce-acha-que-e-o-fim-da-dupla-zeze-di-camargo-luciano-opine-20111028.html>

⁵⁹ Disponível em

<http://www.sbt.com.br/jornalismo/noticias/?c=11777&t=Zeze%20di%20Camargo%20e%20Luciano%20anuncia%20fim%20da%20dupla%20durante%20show>

⁶⁰ Disponível em <http://musica.terra.com.br/noticias/0,,OI5440363-EI1267,00-Possivel+separacao+de+Zeze+e+Luciano+leva+dupla+ao+topo+no+Twitter.html>

⁶¹ Disponível em <http://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2012/01/luiza-esta-no-canada-vira-hit-na-web-e-familia-antecipa-volta-dela-ao-brasil.html>

⁶² Disponível em <http://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2012/01/antes-de-voltar-do-canada-luiza-tem-varias-propostas-de-trabalho-diz-pai.html>

⁶³ Disponível em <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/01/ai-se-eu-te-pego-vira-vem-pro-meu-predio-em-homenagem-luiza.html>

⁶⁴ Disponível em <http://globoesporte.globo.com/bau-do-esporte/noticia/2012/01/meu-jogo-inesquecivel-luiza-nao-estava-no-canada-quando-r10-brilhou.html>

⁶⁵ Disponível em <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/01/frases-e-videos-da-internet-ganham-popularidade-cada-vez-maior.html>

⁶⁶ Disponível em <http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/luiza-que-esta-no-canada-volta-ao-brasil-para-gravar-comercial-e-estudar-para-o-vestibular-20120118.html>

⁶⁷ Disponível em <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2012/01/luiza-rabello-volta-do-canada-e-fala-sobre-fama-inesperada-na-internet.html>

⁶⁸ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=yAV9GCGWEW4>

⁶⁹ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?NR=1&feature=endscreen&v=nwmc5vHbxOM>

⁷⁰ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=8BTjtT5hYGs>

⁷¹ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=Ep2N23Vr7NA>

⁷² Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=ALdb7I9hsvU>

⁷³ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=AlnhIQ50SOc>

⁷⁴ <http://topsy.com/>

na análise da reverberação dos atores em rede, esta não foi descartada na compreensão geral do fenômeno estudado, por revelar elementos que complementem o caso.

5.1 Novas Formas de Acontecer: Casos Modelos

Tratando de acontecimentos da ordem do imprevisível, é que faremos uma análise com base nos conceitos acima, sobre o caso da possível separação da dupla sertaneja Zezé Di Camargo e Luciano e da estudante Luiza Rabello, que ficou conhecida por uma propaganda capitaneada pelo seu pai, que fazia menção à filha que estava no Canadá. Os dois casos foram amplamente divulgados pela mídia tradicional, mas tiveram origem na web, com vídeos no site Youtube, ganhando força na plataforma Twitter.

Como critério de seleção dos materiais analisados, para o caso Zezé Di Camargo e Luciano, selecionamos apenas as matérias jornalísticas das emissoras da Rede Globo e da Rede Record. A escolha se deu pelo fato de terem sido os meios jornalísticos que mais exploraram o caso, desencadeando um processo de análise do acontecimento a partir da causa: a briga. Assim, definimos por utilizar todas as matérias divulgadas um dia após o acontecimento, dia 28 de outubro de 2011:

- Trending Topics do Twitter, por serem importantes elementos de filtro da notícia na rede social;
- Quadro “Assuntos no Twitter” divulgado diariamente no Portal G1, que reúne as temáticas em pauta na rede;
- Retratação da assessoria de imprensa da dupla, no Twitter;
- matéria divulgada no Portal G1, reunindo diversas informações sobre o caso e tentando esclarecer o ocorrido;
- matéria do Portal R7 que utiliza artifícios sensacionalistas para atrair a atenção dos leitores, além do compilado de dados em busca de uma explicação;
- vídeo divulgado no Fantástico, da Rede Globo, do dia 30 de outubro e seis de novembro de 2011;
- vídeo divulgado no Domingo Espetacular, da Rede Record, do dia 30 de outubro de 2011.

A seleção dos materiais de análise para o caso “Luíza do Canadá”, se deu basicamente pela compreensão da totalidade do acontecimento a partir do fluxo de informações no Twitter. Dessa forma, optamos por selecionar matérias divulgadas na Rede Globo, pois, foi a emissora que mais explorou o caso de maneira explicativa e contextualizada. Como contraponto

também selecionamos um vídeo do Programa Sem Censura, da TV Brasil e uma matéria divulgada no jornal Metro do Canadá. Assim, foram analisados:

- tweets que revelavam os primeiros momentos da construção do acontecimento na plataforma;
- tweets de famosos como Willian Bonner e Ronaldo Nazário, para demonstrar a apropriação de “hubs” na rede, ou seja, usuário com alto poder de opinião;
- capa do Portal G1 do dia 18 e 19 de janeiro de 2012,
- matéria do Portal G1 com o título “Ai se eu te pego” vira “Vem pro meu prédio” em homenagem à Luiza;
- Trending Topics do Twitter dos dias 17, 18 e 19 de janeiro de 2012;
- vídeo do Programa Sem Censura, veiculado na TV Brasil, dia 06 de fevereiro de 2012;
- vídeo do comercial que deu origem ao acontecimento;
- vídeo do comercial estrelado pela própria Luiza quando retornou ao Brasil;
- matéria do Jornal Bom Dia Brasil, da Rede Globo, dia 19 de janeiro de 2012;
- matéria do Jornal Hoje, da Rede Globo, dia 19 de janeiro de 2012;
- matéria do Jornal Metro do Canadá.

Classificando as tipologias do acontecimento, de acordo com Berger e Tavares (2010, p.131), “dos acontecimentos jornalísticos, o mais claramente reconhecido é o que diz da cobertura do imprevisível. É a ação acidental aquela que melhor corresponde aos critérios de noticiabilidade tão exaustivamente apontados pelos manuais de produção noticiosa”. Por este motivo é que selecionamos dois acontecimentos da ordem do imprevisível. Por mais que o caso “Luiza” primeiramente não atenda a critérios de noticiabilidade convencionais, foi a partir de sua constituição na rede que o caso se transformou num acontecimento de proporção internacional.

Com uma característica específica perante outras redes sociais, o Twitter tem um papel mais eficiente na divulgação de acontecimentos da ordem do imprevisível, pois é de fácil uso e permite apenas mensagens de 140 caracteres. Isso faz com que as narrativas se criem de formas dispersas, já que a partir do momento em que é postado algo na rede, qualquer pessoa pode replicar a mensagem, emulá-la, passá-la a seus seguidores ou simplesmente consumi-la, sem expressar virtualmente o que pensou no momento.

Quando uma informação surge na rede, ela depende de quase todos os fatores descritos acima para ser levada em frente. Por isso, a rede social é um espaço muito propício para o desenvolvimento das informações, já que ela pode cumprir todos os requisitos para que ganhe

repercussão e atinja o maior número de pessoas. Com a criação do microblog Twitter, esse compartilhamento rápido e eficiente se tornou cada vez mais popular.

5.2 Quando uma Dupla Sertaneja “Quase” Se Separa

O caso da possível separação da dupla Zezé Di Camargo e Luciano é um exemplo de notícia que alcançou uma grande dimensão no Twitter. Durante a apresentação da dupla, no dia 27 de outubro de 2011, no Teatro Guaira, em Curitiba, Zezé subiu ao palco e cantou sozinho. O cantor pediu desculpas ao público porque ele e o irmão tiveram um problema pessoal no camarim. Luciano apareceu no meio do show e deu um recado ao público sobre o desentendimento, afirmando que a sua saúde não permitia mais continuar junto do irmão Zezé, este que a partir daquele momento seguiria sozinho a carreira.

No mesmo instante, gravações com a declaração foram postadas no site Youtube e replicados no microblog Twitter. A ÓTV, canal 11 da Net em Curitiba, era a única TV presente na hora do acontecimento, que divulgou uma reportagem no canal de vídeos no mesmo dia do ocorrido (27/10/2011), porém, foram vídeos dos fãs, os mais utilizados nas matérias jornalísticas de outras emissoras.

A apropriação da notícia pelos usuários do Twitter começou a ser percebida a partir do momento em que uma grande quantidade de mensagens passou a constar o nome da dupla sertaneja, chegando aos Trending Topics Brasil com três variações dos assuntos mais comentados: #QuandoUmaDuplaSertanejaSeSepara, #FimdeZeZeeLuciano e Zezé e Luciano, alcançando também dimensão mundial, nos Trending Topics Mundo, com o tema “Zezé Di Camargo e Luciano. Desde então, foi possível buscar com mais facilidade, os inúmeros tweets que surgiam referentes à temática.

Como relatamos anteriormente, o caso analisado sobre a possível separação da dupla sertaneja é um acontecimento genuíno: envolve artistas, o que significa atingir um grupo de fãs ou admiradores com qualquer fato que ocorra, possui credibilidade jornalística, ou seja, tem relevância de acordo com os personagens envolvidos e é uma pauta com potencial valor de “venda” para a imprensa de celebridades. Essas características são o suficiente para classificar “A possível separação da dupla Zezé Di Camargo e Luciano” como um acontecimento da ordem do imprevisível, de acordo com as referências de Quéré (2005).

Entretanto, mesmo sendo midiático, a forma como foi apropriado e os elementos agregados pelos atores da rede à sua essência foi o que o tornou potencialmente particular para se desenvolver com maior facilidade no ambiente da Twittosfera, mobilizando também

peças fora do círculo de fãs da dupla. Dentre os elementos de identificação da rede apresentados no subcapítulo 2.2, encontramos pelos menos três neste acontecimento: elementos da mídia, mobilização e sarcasmo.

Por se tratar de uma dupla de cantores sertanejos famosos, o potencial midiático arraigado é inerente de sua constituição. Dessa forma, elementos da mídia são encontrados de forma fácil neste acontecimento e funcionam como norteadores para o tipo de apropriação constituída, já que afetará primeiramente pessoas que tenham algum tipo de relação com a dupla, seja de admiração, amizade, parentesco, interesse pelo tema ou “mesmo pessoas que se enquadram na categoria de anti-fãs” (AMARAL E MONTEIRO, 2012). A própria assimilação do acontecimento pela mídia de massa incita o público a comentar sobre o assunto.

A partir deste primeiro elemento é que os outros dois são desencadeados, trazendo à tona novas perspectivas. A mobilização atinge o público mais próximo e revela a insatisfação dos fãs, a surpresa por parte dos amigos e parentes e o engajamento dos mesmos para que o anúncio da separação não se concretize de forma plena. O motivo da declaração passa a ser o ponto de desfecho do caso e a principal fonte para o desdobramento de uma nova apropriação: o sarcasmo.

A partir da hashtag #QuandoUmaDuplaSertanejaSeSepara, os usuários iniciam um novo jogo de interação, conforme mostra a Figura 3, muito comum no ciberespaço como forma de estender o acontecimento e conquistar capital social, através da utilização do indexador que permite a concentração de mensagens de uma mesma temática com variadas significações, gerando visibilidade ao usuário.



Figura 3– Trending Topics Portal G1 (28/10/2011 – 14h30)

No Twitter, os Trending Topics têm uma importância muito significativa para a rede, pois define a ação de seus atores e demonstra o caminho que o tema está tomando frente à plataforma. O assunto centralizador pode ser seguido sob a perspectiva de diversas narrativas construídas, que se entrelaçam e se permutam, num movimento de negociação dos signos. Com o tempo, o uso deste espaço passou a ser de intensa disputa de poder. Mobilizações de fãs, reflexo da mídia televisiva, da internet e simples conquista de território marcam o alcance de certos temas ao topo dos assuntos mais comentados. Dessa forma é que devemos ponderar a manipulação deste local devido essas disputas, o que sob certo ponto de vista é interessante para uma análise comportamental dos atores da rede.

No caso analisado, os Trending Topics Brasil conforme indicam as Figuras 4 e 5 revelam a repercussão e a apropriação dos usuários do Twitter, no dia após o acontecimento:



Figura 4 – Trending Topics Brasil (28/10/2011 - 14h30)



Figura 5 – Trending Topics Brasil (28/10/2011 - 15h06)

Concordando com a ideia central proposta por Santella e Lemos (2010), “(...) o fluxo coletivo indexado da *hashtag* #openpractice funciona como um repositório de experiências vividas pelos seus participantes, assim como um espaço digital de envolvimento comunitário” (2010, p.83). No caso de Zezé Di Camargo e Luciano, as hashtags em evidência, foram importantes para o gerenciamento das informações em rede, já que ocupavam quatro variações da temática num mesmo instante. Essa estruturação facilita o rastreamento numa ferramenta em que os laços virtuais estão baseados nas ideias compartilhadas e não na aproximação afetiva e social de seus atores, como é facilmente reconhecido em outras redes sociais. O Twitter tem essa particularidade de unir pessoas pela informação e não somente por laços sociais, já que o que esta rede proporciona é uma interação fundamentada na troca de ideias, porém, existem usuários que a utilizam basicamente com a finalidade social.

É a partir daí que os fluxos ganham intensidade e refletem na escolha de certas pautas pelo jornalismo. Por mais que o caso da possível separação da dupla sertaneja fosse de interesse da mídia de entretenimento, por conter critérios de noticiabilidade, como relevância do tema e interesse do público, o assunto ganhou uma grande proporção devido à movimentação dos fãs da banda e dos atores na rede.

As pessoas que estavam no show foram responsáveis por difundir a informação e mesmo que de forma não intencional, selecionaram a pauta que percorreria os principais portais de notícias brasileiros nos próximos dias. Os portais têm uma vantagem em relação aos programas de televisão, podem informar a qualquer instante, sem que haja um regulador de tempo e espaço. Entretanto, os sites analisados utilizaram estratégias diferentes de narrativas dadas ao tema analisado.



Figura 6 – Destaque do acontecimento na capa do Portal G1 (28/10/2011 – 14h40)

A capa do portal G1, da Rede Globo (Figura 6) utilizou como foco do caso a instabilidade entre os irmãos e o estado de saúde do cantor Luciano. A busca pela motivação do anúncio do fim da dupla era um dos principais objetivos do portal, além de informações gerais sobre o caso, incluindo atualizações sobre a agenda de shows que a dupla teria de cumprir nos próximos dias. Nota-se apenas um apelo no caso com a chamada “Crises atingem duplas sertanejas”, em que o portal aproveita o assunto para uma retrospectiva sobre outras duplas que passaram por instabilidades nos últimos meses, como Rick e Renner, Bruno e Marrone, Hugo Pena e Gabriel e Edson e Hudson.

A matéria precursora⁷⁵ do portal G1 divulgada no dia 28 de outubro de 2011, às 00h58, atualizada às 15h36, esclarecia o acontecimento recontando o episódio e utilizou como fonte a assessoria, o Twitter e o vídeo de um fã postado no site Youtube, conforme as Figuras 7, 8 e 9. É importante ressaltarmos o uso recorrente do Twitter como fonte para matérias jornalísticas, uma nova prática inserida dentro das redações. Neste caso, o Portal G1 utiliza o perfil oficial da dupla sertaneja para uma atualização da matéria, às 15h36 do mesmo dia, que já havia sido divulgada às 00h58. Outro ponto a ser destacado são os botões de compartilhamentos no Portal, utilizados pelos leitores. Como mostra a Figura 7, a matéria teve 494 tweets diretamente do site e 2,1 mil recomendações no Facebook, o que significa um intenso fluxo informacional vindo de fora do ambiente das redes sociais.



Figura 7 – O portal G1 foi um dos primeiros a noticiar (28/10/2011 – 14h40)

⁷⁵ Disponível em <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/10/luciano-anuncia-fim-da-dupla-com-zeze-di-camargo-assessoria-nega.html>.

Meia hora depois, Luciano apareceu. Um espectador gravou com o celular e postou na internet. Diante da plateia, o cantor declarou que só vai participar dos shows até o fim do ano. Para ele, a dupla chegou ao fim.

Figura 8 – O vídeo de um espectador utilizado como fonte (28/10/2011 – 14h40)

Na página oficial da dupla, no **microblog Twitter** a assessoria desmentiu que a dupla tenha terminado. E que tudo não passou de um briga de irmãos.



ZezéDiCamargoLuciano
 @zcloficial São Paulo, Brasil
 Perfil oficial da dupla Zezé Di Camargo & Luciano.
<http://www.zzedicamargoeluciano.com.br>

+ Seguir

Texto follow zcloficial para código de sua operadora

Tweets Favoritos Seguindo Seguidores Listas

zcloficial ZezéDiCamargoLuciano
 A história de Zezé Di Camargo e Luciano não acabou. Os dois, como todos irmãos, tem seus desentendimentos. A dupla continua!
 Equipe ZCL
 há 2 horas

No microblog Twitter a assessoria negou o fim da dupla. (Foto: Reprodução / Twitter)

Figura 9 – O Twitter utilizado como fonte para a matéria jornalística

Sob outra perspectiva, o portal R7, da Rede Record usou um tom dramático e sensacionalista em suas chamadas, utilizando construções narrativas tendenciosas e mobilizadoras. Se observarmos, na capa do site (Figura 10), a notícia está enquadrada na editoria de entretenimento e ocupa um espaço de destaque com foto e título que possivelmente possa impressionar o leitor: “Luciano é internado por suposta overdose”, fazendo referência aos remédios que Luciano tomava para emagrecer. Entende-se que as chamadas utilizam um tom apelativo, tanto no título como na declaração da filha de Zezé: “Estou pasma com tudo isso”, demonstrando uma situação preocupante por parte da família dos cantores.



Figura 10 - Portal R7 – Capa do dia 28 de outubro de 2011 – 14h40

Em meio a tantas notícias, a apropriação do Twitter como fonte fica claro. Tanto o portal G1, como o R7 usam o perfil da dupla sertaneja como fonte para as matérias produzidas. Entretanto, as narrativas nas duas coberturas jornalísticas são construídas de formas diversas, por exemplo: G1 apresenta todo o caso como uma briga entre irmãos, algo natural e que acontece a todo instante nas famílias, usa o depoimento do pai da dupla como legitimador da história, reconstitui o acontecimento com fontes não usuais como o Twitter e apresenta o estado de saúde de Luciano, em busca de um novo desfecho para o caso.

A cada atualização, novos elementos eram inseridos na narrativa, como a aproximação do caso com outros que possuíam referências parecidas, amenizando a situação provocada por um depoimento tão polêmico. No total foram 18 matérias divulgadas no site que mostraram desde o acontecimento até entrevistas com outras duplas sobre o caso.

O portal R7 passa de legitimador do acontecimento a colaborador, proporcionando a interação do público com opiniões e jogos do tipo “quiz”⁷⁶ sobre a carreira de Zezé Di Camargo e Luciano, dedicando um espaço do portal para a cobertura completa (Figura 11) do caso, com o total de 32 matérias referentes à briga.

⁷⁶ Os jogos Quiz se referem a uma série de perguntas sobre a carreira dos cantores, em que o participante deve acertar o maior número de perguntas. Disponível em <http://entretenimento.r7.com/musica/noticias/quiz-sera-mesmo-o-fim-da-dupla-zeze-di-camargo-luciano-20111028.html?question=0>

The screenshot shows the R7 Entertainment website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'Página Inicial', 'Notícias', 'Entretenimento', 'Esportes', 'Vídeos', 'Rede Record', and 'Shopping'. Below this is a search bar and a login section. The main content area features a large article titled 'Zezé Di Camargo & Luciano: Crise?' with a sub-headline 'Você acha que é o fim da dupla Zezé Di Camargo & Luciano? Opine!'. The article is dated '13 de Fevereiro de 2013' and published on '28/10/2011 às 11h10'. The text of the article begins with 'Os irmãos brigaram feio e Luciano anunciou o fim da parceria; ainda não há nada oficial'. The page also includes a sidebar with various entertainment news links and social media sharing buttons for Facebook, Twitter, and Pinterest.

Figura 11 – 1ª matéria do Portal R7 sobre o acontecimento (28/10/11 – 14h30)

Nesta quinta-feira (27), a dupla Zezé Di Camargo & Luciano pegou a todos de surpresa com o anúncio de que chegava ao fim uma das parcerias mais importantes na música sertaneja.

Após uma tarde inteira de brigas nos bastidores e Zezé Di Camargo subir sozinho ao palco, estava feita a polêmica.

Luciano **subiu meia hora depois** para dizer que só ficaria ao lado do irmão para cumprir os últimos contratos, entre eles o cruzeiro, em março de 2012.

Nos bastidores, a notícia é de que a decisão foi tomada de cabeça quente. Segundo o **blog Movimento Country** Zezé **desabafou** que foi só mais uma briga normal que acontece entre irmãos. No entanto, quem deve uma explicação é o mais novo.

Figura 12 – Blog como fonte da matéria jornalística no Portal R7 (28/10/11 – 14h30)

A opinião do público foi o que marcou a cobertura inicial do Portal R7, instigando o leitor a suposições sobre o que tinha ocorrido, conforme mostra a Figura 11. Publicada algumas horas depois da divulgação no Portal G1, a matéria do R7 também utiliza o vídeo⁷⁷

⁷⁷ Disponível em <http://www.videolog.tv/video.php?id=714205>

de um espectador como fonte, além do Blog Movimento Country⁷⁸, citado por revelar informações novas sobre os bastidores do caso. A compreensão sobre o anúncio da separação permeou a cobertura jornalística no Portal R7, desmembrando-se em depoimentos da família⁷⁹ sobre o “drama” da separação, piadas⁸⁰ feitas por humoristas famosos sobre o caso e até xingamentos⁸¹ de Zezé Di Camargo no Twitter sobre erros de português que teria cometido ao comentar um boato com relação a uma nova namorada.

Em toda essa estrutura de matérias relacionadas, nota-se um fluxo intenso de informações que são recicladas e traduzidas a todo o momento, seja de um portal para outro, como no próprio Twitter. O *botão automático tweet*⁸², foi amplamente utilizado pelos leitores, o que caracteriza uma continuidade do fluxo das redes, pois além de consumidores, eles atuam como divulgadores do que é produzido na imprensa. A quantidade de tweets gerados diretamente do Portal R7 foi significativamente menor do que o Portal G1, com apenas cinco tweets. A teia social se perpetua através dessa arquitetura de colaboração, em que os receptores também são produtores e consumidores. E é dessa forma que o Twitter colabora com o jornalismo, intensificando a velocidade das informações, o compartilhamento e a atuação como produtor e tradutor de suas mensagens.

Após uma cobertura intensa dos portais de notícias, as matérias se atualizam de uma forma menos repetitiva quando a televisão entra em jogo. No domingo posterior ao acontecimento, dia 30 de outubro de 2011, o programa Fantástico, da Rede Globo e o Domingo Espetacular, da TV Record apresentaram o caso a partir das informações já compiladas dos portais, porém, com a inserção de depoimentos que trouxeram novos elementos às informações já divulgadas.

O Fantástico apresentou informações gerais sobre o caso, iniciando os seis minutos de matéria com o depoimento de Seu Francisco, pai de Zezé e Luciano. O “drama” já define a apropriação jornalística desde o primeiro momento de exibição, com a escolha da cena em que Seu Francisco chora ao relatar o caso: “Enquanto vida eu tiver, eu não quero ver meus filhos separados”. O caso passa a ser contextualizado a partir do vídeo de um espectador no

⁷⁸ Disponível em <http://www.movimentocountry.com/>

⁷⁹ Disponível em <http://entretenimento.r7.com/musica/noticias/luciele-di-camargo-acredita-que-zeze-e-luciano-tiveram-uma-briga-normal-como-em-toda-familia-20111028.html>

⁸⁰ Disponível em <http://entretenimento.r7.com/musica/noticias/rafinha-bastos-faz-piada-com-a-separacao-de-zeze-di-camargo-luciano-20111028.html>

⁸¹ Disponível em <http://entretenimento.r7.com/musica/noticias/zeze-ironiza-boatos-de-namorada-e-diz-estar-bem-na-fita-20111030.html>

⁸² Nas páginas dos portais, em cada matéria é possível tweetar a notícia diretamente do site, sem precisar copiar e colar o link na página do Twitter basta estar logado na rede.

exato momento da declaração e no desfecho da história, onde Luciano após o fim do show ficou internado num hospital em Curitiba, em estado grave.

O depoimento do médico Hipólito Carraro Júnior, de que Luciano teria chegado ao hospital com risco de uma arritmia letal com parada cardíaca, trouxe uma nova narrativa ao caso, que até então não havia sido divulgada. O vídeo de um show que Zezé acabou fazendo sozinho no outro dia do acontecimento apresentou mais uma nova informação: Luciano estaria fazendo uso de medicamentos para emagrecer e o consumo em excesso, poderia ter causado o estado grave de saúde em que se encontrava.

Após o show, Zezé foi ao encontro de Luciano no hospital e recebeu a repórter do Fantástico, Renata Ceribelli, porém, não quis dar entrevista. Com exclusividade, a repórter teve acesso ao quarto onde estava Luciano e conversou sem a presença de câmeras com o cantor. Sem previsão de alta, o cantor apenas comentou que queria ir para casa e retornar à rotina normal. Um dado importante observado na matéria é que o mesmo depoimento de Seu Francisco no início da matéria foi repetido, após a repórter informar que os pais da dupla teriam ido até o aeroporto de Curitiba, para encontrar o filho.

O histórico dos irmãos Zezé Di Camargo e Luciano foi apresentado de forma rápida, focando em momentos de ápice dos 20 anos de carreira de uma das duplas sertanejas de maior sucesso do Brasil, como exemplo o filme “2 filhos de Francisco”, que conta a história dos meninos. Trazer à tona referências de outras duplas sertanejas e como elas vivenciam essa experiência de trabalhar em família, foi mais uma apropriação, também utilizada pelos portais de notícias. Os irmãos Chitãozinho e Xororó e o sertanejo Leonardo, que perdeu o irmão Leandro e seguiu carreira solo, comentaram suas experiências na matéria.

No domingo, dia 30 de outubro de 2011, pela manhã, Luciano recebeu alta e foi para casa com a mulher, Flávia. Na passagem pelo aeroporto, a dupla encontrou a família e apenas comentou que daria explicações à imprensa quando chegasse em casa. Alegou precisar de descanso e tranquilidade para falar sobre o assunto. A deixa da repórter ao dizer essa informação, já preparava o espectador para uma continuação do caso num próximo programa e foi exatamente isto que o programa levou ao ar. No dia 6 de novembro de 2011, o Fantástico trouxe mais uma vez com exclusividade, uma entrevista com a dupla sertaneja para saber o porquê tudo aquilo aconteceu e qual seria realmente o desfecho da história que percorreu a agenda jornalística naquela semana.

A segunda matéria se baseou somente na entrevista com a dupla e trouxe os momentos dos vídeos postados no Youtube por espectadores, como pano de fundo para ilustrar as explicações que Zezé Di Camargo e Luciano davam naquele instante. Uma simples briga

entre irmãos, situação corriqueira que acontece em todas famílias, o excesso de medicamentos diuréticos que vinha sendo consumido por Luciano para reduzir líquidos no corpo e a reconciliação da dupla foi o que construiu a narrativa da entrevista que a repórter Renata Ceribelli apresentou ao Brasil naquele domingo. O caso polêmico que até então era um mistério para todos, estava desvendado pela maior emissora de televisão do país, esta que legitimou o acontecimento como mais um de caráter midiático.

Os elementos midiáticos de sua essência eram tão fortes, que indícios de que tudo não passaria de uma armação para a conquista de espaço na imprensa foi fortemente cogitado pela sociedade. As construções narrativas propostas pelas duas matérias televisivas divulgadas no Fantástico contribuíram para o esclarecimento do caso, porém, acreditamos que nenhuma delas teria tanto impacto se os vídeos do exato momento da declaração não fossem incluídos.

Seguindo o mesmo padrão do Portal R7, também da TV Record, o Domingo Espetacular se apropriou do caso de maneira um pouco sensacionalista, trazendo quatro elementos novos ao acontecimento: a declaração do médico que atendeu Luciano, o rápido depoimento de Zezé Di Camargo na saída do hospital, relatando que o irmão estava bem e se recuperando, o resgate de uma entrevista exclusiva feita no começo de outubro de 2011, onde Luciano explica os efeitos dos remédios que estava tomando, devido problemas de gastroenterologia e uma segunda versão do acontecimento, especulada por colunistas do Jornal O Dia, do Rio de Janeiro, onde a briga teria sido motivada por uma mulher chamada Graciele, que estaria no show em Curitiba e não seria bem-vinda por Flávia, esposa de Luciano.

Repleta de contextualizações e uma narração extensa e explicativa dos fatos, a matéria de 15 minutos e 27 segundos do Domingo Espetacular, combina elementos da mídia com algumas polêmicas e também utiliza os vídeos postados no Youtube por espectadores, para explicar o caso. O mesmo recurso de trazer exemplos e referências de outras duplas sertanejas, utilizado pelos portais de notícias e pela matéria da TV Globo foi apropriado pela TV Record, com o aval de um colunista da emissora para elucidar que situações como esta, sempre aconteceram, o que diferenciou esta das outras foi a forma como se tornou conhecida.

5.3 Luíza: o Sucesso de uma Ausência

Luíza é um exemplo de como o critério de seleção de certas pautas jornalísticas estão mudando e nos revela um interessante fenômeno cultural da sociedade, que se insere na divulgação e na repercussão de fatos absolutamente banais na vida das pessoas. Tudo

começou quando um comercial de uma construtora em João Pessoa na Paraíba foi veiculado na TV no dia 11 de janeiro de 2012. O colunista social Gerardo Rabelo e parte de sua família foram protagonistas de um empreendimento imobiliário de alto padrão. Na propaganda, Gerardo, pai de Luíza, apresenta o imóvel:

“Depois de lançar o Saint Michel, o mais belo projeto imobiliário da Paraíba, a Aguazul do grupo Conserpa-Enger, apresenta: Boulevard Saint Germain, o novo endereço da sociedade paraibana. Apartamento para toda família, com quatro suítes, sala para três ambientes e um clube de lazer. E é por isso que eu fiz questão de reunir toda minha família, menos Luíza que está no Canadá, para recomendar esse empreendimento que eu assino embaixo” (Gerardo Rabelo, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=Ep2N23Vr7NA>).

O que nem a família de Luíza, nem os próprios publicitários responsáveis pelo comercial imaginavam era o fenômeno que estava prestes a acontecer. A frase “Menos Luiza que está no Canadá”, virou “febre” nas mídias sociais e a estudante paraibana que estava no Canadá fazendo intercâmbio acabava de se tornar a mais nova webcelebridade do Brasil. Só se falou em Luíza de 12 de janeiro a 28 de fevereiro de 2012. Primeiramente, o alcance do caso foi regional, atingindo apenas a cidade de João Pessoa na Paraíba, mas, assim que a propaganda caiu no Youtube, tudo tomou uma outra dimensão.

As pessoas começaram a replicar a frase “Menos Luiza que está no Canadá” de uma maneira desenfreada, tanto dentro das redes sociais na internet, como fora e com os mais diversos significados. Desde celebridades, como Ronaldo Nazário, Cláudia Leite, até o cantor Lenine⁸³ quando esteve na Paraíba, na semana em que o caso estava em seu ápice, fez a brincadeira com o público de seu show: “Mas tá todo mundo aqui! Menos a Luiza que está no Canadá”. A primeira hipótese pensada pelas pessoas sobre o caso, é que a agência de publicidade teria utilizado uma estratégia de marketing fantástica e acabou dando certo, mas em entrevista ao site Meio e Mensagem⁸⁴, o diretor da empresa “Oficina de Propaganda” responsável pelo comercial, revela que não era objetivo deles criar um bordão: “Isso não estava previsto inicialmente, não foi uma coisa intencional, mas é claro que agora a gente precisa aproveitar o momento”, explica Alberto Arcela, diretor de criação da empresa.

O pai de Luiza, Gerardo Rabelo comentou em dois programas de televisão, a explicação sobre o motivo da inserção da frase no comercial. Tanto no primeiro depoimento no programa Bom Dia Brasil⁸⁵, da TV Globo, como no programa Sem Censura⁸⁶, da TV

⁸³ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=AlnhIQ50SOc>

⁸⁴ Disponível em <http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/noticias/2012/01/19/Luiza-do-Canada-para-comercial-solo.html>

⁸⁵ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=yAV9GCGWEW4>. Acessado em 19/01/2012.

Brasil, o jornalista e colunista social explicou que o roteiro inicial da propaganda, não incluía nenhuma explicação sobre a ausência de Luiza.

Segundo o colunista, como sua família é muito conhecida na Paraíba, muitas pessoas sentiriam falta dela no comercial, quando ele dissesse o texto: “E é por isso que eu fiz questão de reunir toda minha família, para recomendar este empreendimento que eu assino embaixo”. Para Gerardo, a família não estava completa, pois, faltava Luiza que tinha ido para o Canadá fazer intercâmbio. O colunista ressaltou este ponto para a empresa responsável pelo comercial que então, sugeriu a inserção da frase “Menos Luiza que está fazendo intercâmbio no Canadá”.

Inicialmente, Gerardo achou que a menção transpareceria um tanto pedante e que não seria bom para a imagem da família, mas não mencioná-la seria pior, pois, poderia causar diversas interpretações se as pessoas questionassem o porquê de Luiza não aparecer. Como o comercial tinha um tempo estipulado, a frase estava muito extensa e o publicitário sugeriu que Gerardo mencionasse apenas “Menos Luiza que está no Canadá” e assim foi feito. A frase sem pretensão caiu na boca do povo e gerou um fenômeno cultural impressionante, tanto dentro das redes sociais na internet, como fora delas.

No Twitter, o fluxo das mensagens começou no dia 12 de janeiro, logo após a veiculação do vídeo no Youtube, com a tag #luizatanocanada. Mesmo que não tenhamos conseguido acompanhar os Tweets⁸⁷ e os Trending Topics Brasil desde o começo do caso, foi através das mensagens no perfil de @lumrabello encontramos quando se deu o início do fluxo das informações e a descoberta de Luíza sobre o que estava acontecendo.

Assim, devemos ponderar que a prática do estudo nos ambientes das redes sociais na internet nos coloca frente a um espaço plural e sem tempo definido. Devido ao fluxo contínuo, uma característica dessas redes, certos acontecimentos não podem ser acompanhados desde o início caso as informações se espalhem rápido e o pesquisador não esteja online no momento exato das primeiras interações. Mesmo os Trending Topics sendo um termômetro dos assuntos mais comentados na rede, um acontecimento da ordem do imprevisível como “Luiza”, só poderia ser rastreado desde o começo, se o pesquisador notasse algumas pistas deixadas no caminho pelos atores em questão.

Utilizando as mesmas técnicas que os detetives da ficção: encontrar pistas que nos direcionem para o rastreamento de um mesmo assunto que está em pauta na rede social é um

⁸⁶ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=GOoWd0Y5jLQ>. Acessado em 14/03/2012.

⁸⁷ Desde dezembro de 2012, o Twitter disponibilizou o download de todos os Tweets dos usuários. O serviço ainda não está disponível para todos, mas já é possível manualmente, encontrar as mensagens postadas desde o cadastro do usuário.

exaustivo exercício de abdução⁸⁸ e de observação dos textos construídos. O limite de apenas 140 caracteres que a plataforma nos oferece, dificulta o desenrolar das narrativas construídas pelos usuários, pois, a maioria dos atores utiliza narrativas dispersas, misturando os assuntos entre um tweet e outro. Dessa forma, devido a velocidade das informações, para acompanhar um assunto que está em voga na rede é preciso sempre partir dos fatos e depender dos filtros.

Em alguns casos, quando sabemos a lógica de funcionamento da plataforma, é possível compreendermos alguns tópicos, já que muitos deles ganham destaque devido ao encadeamento das mensagens postadas por grupos de fãs ou ativistas. Porém, palavras desconexas aparecem frequentemente e nem mesmo quem possui o domínio de uso e lógica estrutural da rede, entende o tópico sem fazer inferências e trilhar o caminho que os atores percorrem. Dessa forma, o jornalista deve estar atento a todas as pistas do caminho que percorrerá, pois, muitas vezes na mais improvável mensagem, está um caso que poderá se transformar num acontecimento.

No caso desta pesquisa, a maior dificuldade foi atualizar-se de um assunto que já tinha iniciado, sem a certeza de uma evolução significativa como fenômeno. Uma simples frase sem sentido poderia gerar nenhum engajamento ou pelo contrário despertar o interesse da sociedade e contribuir para uma nova manifestação cultural. A aposta deve partir de uma precisa avaliação do pesquisador sobre a potencialidade do assunto e uma análise dos fluxos conversacionais dos atores, para decidir assim a investida no caso a ser verificado. Na maioria das vezes, é através da própria movimentação em rede e da intensidade desenfreada do fluxo das informações que um assunto se torna um acontecimento, no caso de Luiza, foi exatamente isso que aconteceu.

A sucessão de mensagens dirigidas para Luiza no Twitter desencadeou uma cascata de informação, alimentando ainda mais o acontecimento. Todos queriam fazer a brincadeira, saber quem era a Luiza ou pelo menos entender o porquê daquela frase. Muitas pessoas que não estavam a par do caso, perceberam a citação em portais jornalísticos, programas de TV, na internet e não tinham a menor ideia do que estava acontecendo. O ineditismo da situação reconhecido pela própria protagonista é confirmado na linha do tempo do perfil de Luiza. A mensagem demonstra o espanto da estudante com o caso, conforme a figura 13. A expressão “Meu Deus o que é isso!!” revela o susto de Luiza com o fluxo de mensagens direcionadas à

⁸⁸ De acordo com Eco e Sebeok (1991) é necessário separarmos a abdução da indução. Por indução os autores entendem uma “comparação entre fatores homogêneos, exemplos de uma certa classe” e a abdução ao contrário da indução “baseia-se no fato singular, o qual muitas vezes, se apresenta como enigma, algo inexplicável: neste ponto, o observador postula uma hipótese, a fim de demonstrá-la” (*grifo nosso*). Pela lógica de Peirce, a abdução é um modo de raciocínio de caráter essencialmente qualitativo.

ela de uma hora para outra, sendo que até aquele momento ela era apenas uma estudante paraibana fazendo intercâmbio no Canadá. Os próprios 39 retweets de uma mensagem sem um conteúdo relativamente importante, manifesta um fluxo diferente do que geralmente é compartilhado na rede social.



Figura 13 – Tweet do perfil de Luiza Rabelo (12/01/2012 – 19h12)

Na mesma proporção em que as pessoas descobriam quem era Luiza e o porquê de tanta atenção a um assunto aparentemente sem interesse, Luiza também tentava entender o fenômeno através das mensagens que recebia e das brincadeiras que começaram a surgir com o seu nome. Nesse caso, o processo de descoberta aconteceu quase de forma conjunta entre a protagonista e os usuários das redes sociais, como mostram as Figuras 14, 15 e 16 abaixo.



Figura 14 – Tweet do perfil de Luiza Rabelo (12/01/2012 – 19h15)



Figura 15 - Tweet do perfil de Luiza Rabelo (12/01/2012 – 19h15)



Figura 16 – Tweet do perfil de Luiza Rabelo (12/01/2012 – 19h19)

A figura 12 demonstra o ponto inicial do fluxo conversacional de Luiza com os usuários que já começavam a delinear a forma como era construído o acontecimento “Luíza do Canadá”. O usuário pergunta: Luiza como está o Canadá?; e ela responde: maravilhoso! É importante notar que ele retwitta a resposta dela. Subentendemos que o retweet foi utilizado como forma de troca simbólica, em busca de visibilidade na rede. “O retweet tem efeitos sobre a rede e se utiliza dela para gerar valor” (RECUERO, R; ZAGO, G, 2011) e é assim que a cadeia de informações cresce, tornando um simples caso, num acontecimento com força de mobilização e engajamento.

Mas então o que fez de “Luíza” um acontecimento dessa proporção, já que segundo os publicitários responsáveis pela propaganda, a frase criada não teve nenhuma intenção, a não ser realmente revelar o porquê da ausência da menina no comercial? Luíza se tornou um acontecimento graças à movimentação dos atores das redes sociais. O intenso fluxo de mensagens e as diferentes narrativas construídas foram os motivos que desencadearam o

processo. As inúmeras apropriações da frase “Menos Luiza que está no Canadá” trouxeram ao acontecimento infinitas interpretações e colocaram em evidência uma disputa social e simbólica entre os atores da rede.

A hipótese aqui proposta, é que o acontecimento Luiza desencadeou todo esse processo, porque possui na sua essência elementos oriundos das redes sociais na internet, como o senso incomum, o inusitado e a irrelevância e que ao cair na rede, foi utilizado com o intuito de humor, ironia e diversão, o transformando em um dos memes mais significativos para os estudos de comportamento social na internet no Brasil. A cultura do ciberespaço nos revela uma nova forma de compreender a transcendência dos ambientes e dos significados simbólicos propostos pela comunicação humana e isso nos coloca frente a um desafio sobre a nossa capacidade de ver e escutar o diferencial.

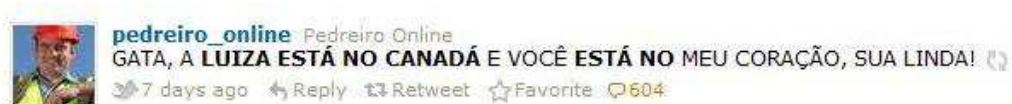


Figura 17 – Gerenciador Topsy (24/01/2012 – 8h32) – Reprodução/Twitter



Figura 18 – Perfil do @ClaroRonaldo - Reprodução/Twitter

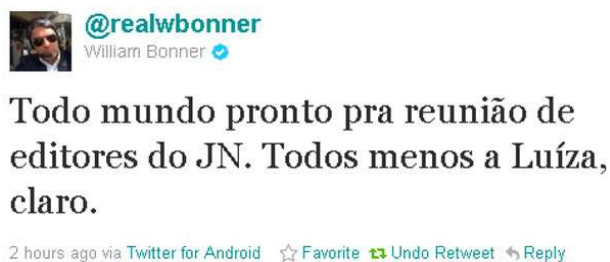


Figura 19 – Perfil do jornalista Willian Bonner @realwbonner – Reprodução/Twitter

Brincadeiras e trocadilhos foram os direcionadores das formas utilizadas pelos usuários do Twitter para a frase de Luíza. Como mostra a figura 17, o perfil @pedreiro_online é conhecido por disseminar cantadas populares na rede, identificadas como “cantadas de pedreiro”. Por ser um perfil popular, com muitos seguidores e igualmente retweetado, é considerado um hub, ou seja, um indivíduo em rede com alto poder de difusão e persuasão de seus posts e comentários. A forma como ele usa a frase “Luíza está no Canadá”, segue o estilo de todas suas cantadas: “Gata, a Luíza está no Canadá e você está no meu coração, sua linda!”. Nota-se ainda que ele utiliza outro meme, o “sua linda”, para intensificar ainda mais a mensagem.

Jogadores de futebol, jornalistas, atores e famosos (figuras 18 e 19), não ficaram de fora do jogo. O meme caiu na boca do povo, gerando um fluxo conversacional intenso. A apropriação da frase pelos usuários do Twitter permeou os mais diversos significados, mas sempre com um objetivo em comum: aproveitar-se da situação de uma forma divertida. Essas e outras inúmeras traduções é o que mantêm a disputa de poder e de visibilidade entre os atores da rede, segundo a perspectiva de Iuri Lotman, no plano da cultura. A linguagem negociada desencadeia um processo de interação, o que estimula a movimentação do ambiente, com a criação de novos interpretantes, desenvolvendo um processo de semiose, que produz cada vez mais sentido àqueles textos. Acontecimentos como “Luíza”, que já possuem na sua constituição a lógica das redes sociais digitais, tem uma maior predisposição a esse tipo de disputas e estabelecem vínculos de interação de forma mais eficiente. Os memes e os virais se tornaram comuns nesse ambiente simbólico, justamente por apresentarem uma relação de negociação dos signos, o que para nós significa o ponto inicial de uma interação. A participação nesse tipo de “jogo” faz com que os atores se sintam parte do meio, reconfigurando o comportamento cultural da sociedade.

Com a inserção dos media nesse novo ambiente, algumas relações que antes não interessavam às organizações jornalísticas, por não responderem aos valores-notícia necessários, hoje são observadas com maior atenção. Dessa forma, é que o Twitter se estabelece como um potencial produtor de pautas para o jornalismo, revelando inúmeras temáticas interessantes. Outra observação importante é a apropriação que o jornalismo faz dos temas que a rede oferece. No caso “Luíza”, as organizações não só entraram na brincadeira, como exploraram com exaustão, o mais novo fenômeno da internet.

Conforme indicam as figuras 20 e 21, podemos ver a ação do portal de notícias G1 e do perfil do programa Fantástico no Twitter, se apropriando de formas diferentes do tema. O

Fantástico traduz a frase no mesmo modelo que os atores da rede social, encaixando-a num sentido bem humorado e divertido, mas ao mesmo tempo informativo já que se trata de um perfil jornalístico: “Qual é a escalada mais difícil do mundo? A Luíza, que está no Canadá, deve saber glo.bo/fantnocanada”.



Figura 20 – Tweet do perfil do programa Fantástico (18/01/2012 – 15h27)

Já o portal G1, se apropria do tema de forma totalmente jornalística, confirmando o fenômeno, através das diversas variações que a frase repercutiu na sociedade: ‘Ai se eu te pego’ vira ‘Vem pro meu prédio’ em homenagem a Luíza⁸⁹. A matéria indicada na Figura 22 apresenta o enquadramento e a apropriação jornalística sobre o acontecimento, especificada no link do tweet.

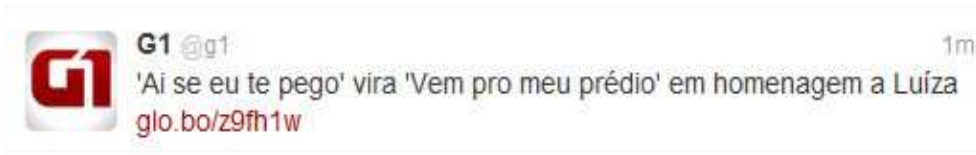


Figura 21 – Tweet do perfil do portal G1 (19/01/2012 – 13h39)

⁸⁹ Disponível em <http://glo.bo/z9fh1w>

G1 Pop & Arte NET
LIVRO E POP ARTS

Editorias | Economia | Sua região | Telejornais | Serviços | VC no G1 | Princípios editoriais Festival de Verão | Carnaval | Dengue

19/01/2012 14h35 - Atualizado em 19/01/2012 14h35

'Ai se eu te pego' vira 'Vem pro meu prédio' em homenagem a Luíza

Músicos fazem paródia aproveitando fenômenos de Teló e meme. Vídeo já foi visto mais de 230 mil vezes no YouTube.

Do G1, em São Paulo Comente agora | 0 | Recomendar 3



Luíza, que está em SP (Foto: Bruno Azevedo/G1)

"Luíza, Luíza, por que você não volta? Vem pro meu prédio". Os versos, gravados sobre a melodia de "Ai se eu te pego" numa roda de violão e percussão no isopor na sexta (13), ficaram velhos rapidinho – Luíza, a que estava no Canadá, já está há dois dias no Brasil. Mas a piada ainda rende, e o vídeo publicado no You Tube já tem mais de 230 mil visualizações. **Assista aqui.**

O sucesso no rastro dos fenômenos, no entanto, ainda está longe dos originais. O comercial de um lançamento imobiliário em que o pai de Luíza anuncia que fez "questão de reunir toda família, menos Luíza, que está no Canadá" tem mais de 4 milhões de visualizações. O clipe oficial de Michel Teló foi visto mais de 117 milhões de vezes.


Já no Brasil, Luíza disse que "estava um pouco nervosa em voltar, não sabia o que me esperava por aqui. Estava ansiosa pela repercussão [da propaganda] e por voltar, ver a família que não via há tempo, amigos, o namorado. Foi bastante impactante". O programa de intercâmbio que ela participava já estava no fim e a adolescente voltaria do Canadá no dia 29.

saiba mais

- Há dois dias no Brasil, Luíza se diz assustada com sucesso na web
- 'É muito estranho, mas eu tô levando tudo na brincadeira', diz Luíza
- Antes de voltar do Canadá, Luíza tem várias propostas de trabalho, diz pai
- 'Luíza está no Canadá' vira hit na web e família antecipa volta dela ao Brasil

Pop & Arte
veja tudo sobre >


Atriz Yedda do Rego Alves morre aos 83 anos
19/1/2012

 **Chico Anysio tem complicação renal e pode precisar de...**
HÁ 29 MINUTOS

 **'As aventuras de Tintim', de Steven Spielberg, estreia nos...**
HÁ 2 HORAS

 **Bruce Springsteen lança novo álbum, 'Wrecking Ball', em 5...**
HÁ 2 HORAS

NetMovies



PLANETA MACACOS: A ORIGEM

FILMES E SÉRIES À VONTADE
SÓ R\$ 14,99/mês 1 MÊS GRÁTIS

Figura 22 – Repercussão do acontecimento Luíza no Portal G1 (19/01/2012 – 14h40)

Até o dia 19 de janeiro, ninguém tinha ideia de quem era Luíza, tudo o que as pessoas sabiam é que ela estava no Canadá. Mas foi por meio de uma reportagem no Bom Dia Brasil⁹⁰, da Rede Globo, que a estudante paraibana falou pela primeira vez por telefone, enquanto seu pai explicava ao Brasil, o que estava acontecendo. A matéria focou no acontecimento e no ineditismo da situação, aproveitando o espaço para esclarecer o que são memes e por que se tornaram tão comum nas redes sociais na internet, contextualizando historicamente com os bordões criados pela televisão brasileira. Até mesmo os apresentadores, Renata Vasconcellos e Chico Pinheiro, se renderam à brincadeira. Luíza já

⁹⁰ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=yAV9GCGWEW4>. Acessado em 19/01/2012.

estava no Brasil, mas Gerardo preferiu omitir sua presença na matéria, pois, tinha reservado a notícia da chegada da filha ao programa *Jornal Hoje*⁹¹, também da Rede Globo.

Segundo entrevista de Luíza e seu pai no programa *Sem Censura*⁹², da TV Brasil, Gerardo revelou que antecipou a volta da estudante em 15 dias, pois não queria colocar em risco a própria filha e a família que estava cuidando da menina no Canadá. Como o próprio depoimento de Luiza, no programa *Sem Censura* revela “esse tipo de fenômeno cultural não acontece no Canadá e os meus amigos não conseguiam entender muito bem o que estava acontecendo, eles só tiveram noção da dimensão do caso, quando a imprensa canadense começou a ligar para o meu pai” (*grifo nosso*).

Foi então que Luíza retornou ao Brasil e ficou três dias isolada num hotel em São Paulo, para compreender o fenômeno que mudara sua vida. O pai da estudante queria preservar a menina do assédio da imprensa e do público, até mesmo para que ela percebesse que o que estava acontecendo não iria durar muito. Segundo Luiza, na entrevista do programa *Sem Censura*, “se o fenômeno durasse até o carnaval, já estava ótimo”. Como jornalista, Gerardo soube aproveitar bem o caso e negociou com o programa *Jornal Hoje*, “a chegada” de Luiza ao Brasil, com uma reportagem exibida também no dia 19 de janeiro.

Dessa forma, a organização jornalística entra na história para legitimar o caso e conferir credibilidade ao acontecimento mais comentado das redes sociais. O valor-notícia se centrou no fenômeno da internet e na reflexão sobre o que o ambiente das redes sociais gera no comportamento cultural da sociedade. A matéria do *Jornal Hoje* apresenta Luiza como uma webcelebridade e seus cinco minutos de fama, contextualiza com toda a repercussão que o caso gerou na web e chega a inverter o papel de quem realmente é venerado no meio jornalístico, com o assédio do apresentador Evaristo Costa, do jornalista Tiago Leifert e de boa parte da redação do programa ao encontrarem Luiza. Fotos, autógrafos, entrevista, a estudante paraibana teve tudo o que uma celebridade tem direito.

Aparecer na imprensa foi o primeiro passo, para que Luiza recebesse convites da mídia e virasse até questão de concurso público, numa prova da prefeitura de Jaboticabal. Paralelo a isso, a estudante estrelou o novo comercial do empreendimento imobiliário que gerou toda a repercussão do caso, foi convidada para eventos no Brasil inteiro, participou do carnaval em Salvador e foi a estrela de comerciais do Magazine Luiza, do Beto Carrero World, além de fechar parceria com a companhia aérea Gol. O novo comercial estrelado por

⁹¹ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=ebleAKrKvnl>. Acessado em 19/01/2012.

⁹² Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=GOoWd0Y5jLQ>. Acessado em 14/03/2012.

Luíza não fez tanto sucesso quanto o de seu pai, mas ajudou a dobrar as vendas⁹³ do empreendimento imobiliário.

Durante todo o tempo enquanto Luíza estava na mídia, os atores das redes sociais continuavam a utilizar a frase uma vez que outra, porém, não com tanta intensidade como no período de 12 a 20 de janeiro de 2012, quando o fenômeno estava recém sendo replicado e descoberto. Após esse período, a reverberação dos usuários do Twitter se dava segundo a programação televisiva, que automaticamente pautava o assunto das redes, como a própria matéria de Luíza no Jornal Hoje no dia 19/01/2012, ocupando os Trending Topics Brasil com as palavras “Jornal Hoje” e “Olha a Luiza”, como mostra a Figura 23.

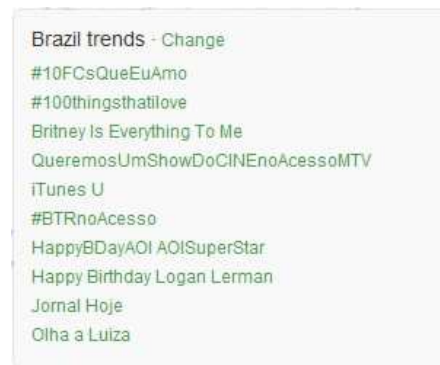


Figura 23 - Trending Topics Brasil (19/01/2012 – 14h53)

A frase sem graça dita despropositadamente estava na moda, mas com uma data de validade prestes a vencer. Todos sabiam que ela seria esquecida em pouco tempo e a própria família de Luíza tinha consciência do fenômeno passageiro. Por isso, a menina aproveitou todas as oportunidades que teve durante os dias de fama, conseguindo manter um fluxo de informações, em que seu nome ainda podia ser percebido na mídia. De DJ em festas badaladas a participações em camarotes de marcas de cerveja no Carnaval do Rio de Janeiro, Luiza recebeu os mais diversos convites, entre eles, um inusitado: interpretar Maria numa encenação de paixão de Cristo. Ela não aceitou. A menina tinha consciência do que estava acontecendo e só fechava contrato com aquilo que realmente acreditava, pois, não queria aliar seu nome a algo que se arrependeria no futuro, já que na época tinha apenas 17 anos.

No G1, principal portal de notícias da Rede Globo, o assunto ficou em primeiro lugar na lista das reportagens mais lidas daquele dia, conforme indicação da Figura 24. A estudante

⁹³ Disponível em <http://oglobo.globo.com/imoveis/do-canada-luiza-praticamente-dobra-vendas-de-empredimento-3714026>

dividia a capa do site com assuntos relevantes como as inscrições do Prouni, as eleições nos EUA e a interdição de um ponto turístico em Piracicaba, devido o nível de um rio ter subido muito. A manchete de capa “De volta do Canadá”, de acordo com a Figura 25, não contextualiza quem é Luiza, apenas a identifica como alguém que voltou do Canadá e que ela comenta na matéria o sucesso na internet. Para quem não está ciente do acontecimento, o estranhamento em ver uma desconhecida na capa de um grande portal de notícias é no mínimo curioso, levando o leitor, a saber, quem é esta menina e o que ela fez para estar ali.



Figura 24 – Capa do Portal G1 (18/01/2012 – 16h31)

The image shows the G1 news portal homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'globo.com', 'notícias', 'esportes', 'entretenimento', and 'vídeos'. Below this is the G1 logo and the text 'o portal de notícias da globo'. A search bar is visible on the right. The main content area is divided into several sections. On the left, there are three news articles: 'Prouni tem 1 milhão de inscritos; prazo acaba às 23h59', 'Decisão da Justiça dificulta prova do Enem em abril, diz Haddad', and '1ª etapa de eleição que define rival de Obama muda resultado'. In the center, there is a large image of a river with a dam, and below it, a news article titled 'Nível de rio sobe e interdita ponto turístico no interior de São Paulo'. On the right, there are advertisements for 'NET COMBO' and 'SPTV 1'. At the bottom, there is a small image of a woman smiling and a news article titled 'DE VOLTA DO CANADÁ, 'Foi estranho', diz Luiza, que já está no Brasil'.

Figura 25 – Capa do Portal G1 (18/01/2012 – 14h09)

Inúmeras variações do assunto estiveram na pauta dos principais veículos jornalísticos do Brasil. O interesse da mídia pela estudante passou do simples reconhecimento de sua identidade à transformação de uma personalidade efêmera. Num dos programas analisados, por exemplo, o Sem Censura, da TV Brasil, além do objetivo principal da entrevista que era compreender o fenômeno, perguntas como: “Qual será seu próximo intercâmbio?”, ou até mesmo “Que carreira você pretende seguir?”, foram exploradas pela jornalista Leda Naglie.

Devido às proporções tomadas pelo acontecimento, nem mesmo a imprensa canadense ficou de fora, conforme indica a Figura 26. A matéria divulgada no dia 25 de janeiro de 2012, no Jornal Metro do Canadá pergunta: “Onde está Luiza? Empreendimento faz Canadá se transformar em viral”. O texto explica o fenômeno do vídeo de trinta segundos que se transformou em hit no Brasil e destaca a potencialidade do meme que alcançou mais de cinco milhões de visualizações no Youtube em duas semanas, desde a primeira postagem e que fãs já podem até comprar camisetas com a frase “Menos Luiza que está no Canadá”. A estudante paraibana em intercâmbio na cidade de Berrie colocou o Canadá em destaque mundial, conforme indica a legenda da foto na matéria: “Luiza Rabello colocou o Canadá no mapa”.

metronews.ca

WEDNESDAY, JANUARY 25, 2012

Where's Luiza? Busy making Canada go viral

A TV commercial's quirky reference to Canada has spawned a viral hit in Brazil.

The 30-second spot features gossip columnist Gerardo Rabello, who encourages viewers to purchase condos in the state of Paraíba.

Rabello appears with his wife and two of his three children. He says he to support the venture "except Luiza, who is in Canada."

Incredibly, the random remark has become an online hit, with one video attracting more than five million views since it was uploaded on YouTube two weeks ago. Fans can also buy T-shirts emblazoned with the phrase.

Rabello was explaining the absence of his daughter, Luiza Rabello, a 17-year-old exchange student who has been living in



Barrie. The producers insisted on using the line because they felt viewers would wonder about Luiza's whereabouts.

Luiza is back in Brazil.

"It's amazing how things go (so) fast on the Internet nowadays!" she tweeted in Portuguese.

TORSTAR NEWS SERVICE

Figura 26 – Jornal Metro do Canadá dá destaque para Luiza (09/02/2012 – 12h21)

Esta exposição na mídia fez com que Luiza ganhasse outro tipo de reconhecimento por parte do público. Percebe-se que esse culto às celebridades é uma estratégia de visibilidade na rede, que de certa forma une pessoas que tenham as mesmas afinidades e preferências, efetivando a real função de uma rede social digital, que é a interação social. A mídia também se apropria porque percebe a potencialidade e o interesse do público em determinado assunto,

tanto que um ano após o acontecimento, Luiza ainda figura em importantes portais de notícias⁹⁴ como mostra a Figura 27.

The image shows a screenshot of the EGO website. At the top, there is a navigation bar with links for 'globo.com', 'noticias', 'esportes', 'entretenimento', and 'videos'. Below this is the EGO logo and the word 'Noite'. A search bar is located on the right side. The main content area features a news article with the headline 'Ela voltou! Mais magra, Luiza do Canadá reaparece no Baile do Rio'. The article text mentions that the student attended the event at the Museu de Arte Moderna. Below the article is a photo of two women, one in a colorful body paint outfit and the other in a white dress. To the right of the article are several promotional boxes, including one for 'Seus amigos no EGO' and another for 'Carnaval 2013'.

Figura 27 – Após um ano, Luiza ainda aparece na mídia (15/02/2013 – 14h03)

Assim, é que os usuários buscam neste ambiente algo que os aproxima do seu cotidiano, estabelecendo um círculo de amizades ou pessoas que compartilham de uma mesma ideia. O espaço semiosférico das redes sociais digitais é composto por textos que geram novos interpretantes a todo o momento, o que facilita a interação entre os atores e as abduções de acordo com aquilo que está em pauta. Por isso, é que não só os atores desse ambiente, como as próprias organizações jornalísticas encontraram no Twitter um espaço potencialmente produtivo para a construção de notícias e revelação de acontecimentos. A

⁹⁴ Disponível em <http://ego.globo.com/noite/noticia/2013/02/mais-magra-luiza-do-canada-reaparece-em-baile-no-rio.html>

força e a apropriação com que uma informação percorre a rede é o que constrói sentidos para a origem de um ciberacontecimento.

6 APONTAMENTOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o início do desenvolvimento deste trabalho, sabíamos que não seria uma tarefa fácil trilhar caminhos em evolução, como o ambiente das redes. Quando recém estamos aprendendo alguma novidade instaurada pela plataforma, surgem novas atualizações que modificam todo o percurso. Por se tratar de um espaço tão dinâmico e indefinido, compreender os processos construídos é um desafio para o pesquisador que em algum momento precisa finalizar sua pesquisa. Dessa forma, todas as hipóteses e suposições levantadas neste trabalho, podem ser consideradas apenas como o ponto de partida para uma pesquisa mais profunda ou até mesmo para novos desdobramentos sobre o ambiente das redes sociais digitais.

Outra observação importante é com relação a certo entusiasmo que o tema provoca, por se tratar de algo tão novo e curioso. Por isso, devemos sempre ter em mente que as plataformas tecnológicas desde a sua criação, surgem como desdobramentos dos processos comunicacionais já existentes e auxiliam na velocidade com que as informações percorrem o mundo atualmente. Nesse contexto, toda a reflexão aqui apresentada se propôs a tensionar preceitos da semiótica da cultura e da linguagem com um novo fenômeno observado a partir do campo empírico, o Twitter.

Observamos que os fluxos de informações, por meio da mobilização dos atores das redes sociais digitais foi o que desencadeou a movimentação e a visibilidade dos casos analisados. Por mais que a notícia sobre o fim da dupla “Zezé Di Camargo e Luciano” fosse de interesse da mídia, por corresponder a valores-notícia bem definidos, o assunto ganhou uma apropriação diferenciada por parte dos meios jornalísticos por causa do vídeo do depoimento de Luciano, publicado no Youtube minutos após a declaração. A informação em primeira mão, repassada pelas pessoas que estavam no show em Curitiba, fez com que o acontecimento ganhasse novos desdobramentos, com a construção de narrativas jornalísticas que mantiveram o caso em destaque. A utilização do Twitter e dos vídeos de pessoas de fora das grandes instituições jornalísticas como fonte nas notícias divulgadas pela mídia tradicional é outro ponto a ser considerado neste caso analisado.

O debate ainda se estende para o processo de agendas múltiplas, em que os atores constroem o seu próprio fluxo informacional, difundindo-o a partir de uma rede particular de espectadores. Dessa forma, jornalismo e sociedade se tornaram cada vez mais colaboradores um do outro, num processo mais difuso e interdisciplinar. E foi nesse caminho que ocorreram algumas transformações no comportamento cultural por parte da sociedade. A visibilidade

proporcionada pelas redes sociais digitais desencadeou esse novo fenômeno comportamental, em que a busca por atenção e reconhecimento é o que move alguns atos do cotidiano das pessoas, que antes não faziam diferença, como fotografar o prato de comida antes de almoçar, compartilhar tudo o que se ache interessante com amigos, narrar o jogo de futebol no Twitter e fazer piada com qualquer situação ou acontecimento que surja, em busca de visibilidade e valorização.

Esse novo comportamento cultural é o que estimula a movimentação dos atores nas redes sociais digitais e a partir dessas características é que surgem acontecimentos dentro das redes, com uma lógica já definida e permeada por elementos próprios e configurados com o padrão do ciberespaço. Luiza do Canadá é um exemplo desse novo comportamento cultural da sociedade. O vídeo de seu pai falando a frase: Menos Luiza que está no Canadá não é um acontecimento e muito menos possui critérios jornalísticos para ser uma notícia. O que a transformou num acontecimento, diferente do caso da separação da dupla Zezé Di Camargo e Luciano, foram as inúmeras narrativas construídas pelos usuários das redes sociais digitais e das organizações jornalísticas. Os fluxos das mensagens em rede e a apropriação dos atores fizeram com que Luiza se tornasse no novo fenômeno da internet.

O acontecimento Luiza se justifica por ter nascido num espaço semiosférico, onde a negociação dos signos presentes nesse ambiente é o começo das interações entre os usuários da plataforma. Por se tratar de um lugar social, as disputas e a construção de novas narrativas são o combustível para a movimentação dos atores em rede. Dessa forma, a Twittosfera por ser um espaço com essas características, se torna propício para o surgimento de novos acontecimentos que já nascem com a lógica da rede.

Assim, Twitter e jornalismo se complementam e se encadeiam, na medida em que a rede social passa a fazer parte do processo de construção das notícias como produtora, tradutora e consumidora de pautas jornalísticas. Com essas perspectivas é que desenvolvemos a seguinte hipótese de estrutura dos dois casos sob o ponto de vista jornalístico:

“Zezé Di Camargo e Luciano”



Como dissemos anteriormente, o caso da separação da dupla Zezé Di Camargo e Luciano é um acontecimento genuíno, possui critérios que mesmo que não se desenvolvesse nas redes sociais digitais, seria notícia na mídia tradicional. Por ser um acontecimento, os usuários começam a perceber uma pequena movimentação na rede, através de processos de abdução, por meio de pistas que os levem a caminhos que possam esclarecer aquele indício do que realmente está acontecendo. A partir daí, o fluxo de informações dos usuários cresce, gerando uma cascata de informação sobre o assunto. Este momento geralmente é caracterizado por perguntas de dúvidas por parte dos atores, onde tentam entender o acontecimento em sua totalidade, porém poucas informações ainda são encontradas. Apenas

quem rastreia o caminho de construção da notícia é que chega mais rápido às respostas. Geralmente esse rastreamento é feito pelo fluxo de informação e as interações travadas pelos usuários. É importante ressaltar que estas etapas muitas vezes se sobrepõem entre elas, tornando o processo ainda mais complexo. É o caso da tradução das mensagens, que pode acontecer tanto durante a fase da interação, como do fluxo ou da cascata de informação gerada. São essas traduções das mensagens que geram uma nova linguagem, criando diferentes narrativas para o acontecimento. No caso analisado, da dupla Zezé Di Camargo e Luciano foi somente após a criação de novas linguagens que o jornalismo se apropriou do acontecimento, tomando para si a legitimidade das informações a partir dali. Assim, um novo fluxo de informações é gerado, o que acaba reverberando nas redes sociais, aqueles que iniciaram o processo, dando início a um novo processo conversacional.

Nota-se que esta estrutura proposta pode servir ou não como modelo para outros acontecimentos que venham a ser estudados diante de sua estrutura nas redes sociais digitais. Porém, devemos lembrar que cada acontecimento é único e possui características próprias. O que irá defini-lo como um ciberacontecimento é a sua construção dentro da rede social digital e os elementos de rede que possui em sua estrutura, segundo a hipótese que aqui levantamos.

Como podemos ver o segundo caso analisado possui uma estrutura diferente. “Luiza do Canadá” nasceu de um processo de abdução dos usuários das redes sociais digitais, estes que se apropriaram da frase para gerar diferentes narrativas na plataforma Twitter. A partir do momento em que apenas um ou um grupo de atores abduz e se apropria de certa informação que possui em sua estrutura alguns dos elementos da rede, conforme explicamos no subcapítulo 2.2, isso pode gerar ou não um fluxo de informações, tudo depende da movimentação dos atores em rede. Caso a movimentação seja intensa, caracterizada por trocas e negociações entre os atores, o assunto segue adiante. No caso de Luiza o fluxo foi extremamente intenso, causando uma cascata de informação na rede sobre a frase. Foi essa cascata e as inúmeras traduções da mensagem inicial que intensificou a interação dos usuários no ambiente, o que deu origem ao bordão “Menos a Luiza que está no Canadá”, com diferentes narrativas apropriadas pelos atores. É neste momento que o acontecimento se estabelece, pois, constitui características como a afetação, o interesse da sociedade e a indicação de um novo comportamento cultural. A partir do momento em que o acontecimento é constituído em sua plenitude, o jornalismo se apropria do tema como instituição oficial para explicar o fenômeno. O desafio da prática jornalística se inicia no momento em que o mesmo se insere no ambiente das redes sociais digitais e utiliza traduções com o mesmo objetivo dos atores: o humor. A apropriação do jornalismo conseqüentemente reverbera na rede, gerando

um novo fluxo informacional, que desta vez se detém em outras motivações para a compreensão do caso. Vale ressaltar que no caso de “Luiza do Canadá”, a construção da notícia pelos usuários foi o que motivou o jornalismo a se apropriar do assunto, confirmando mais uma vez o processo de agendas múltiplas que as redes sociais digitais propiciam, devido a desconstrução do modelo hierárquico informacional, antes monopolizado apenas pelas mídias de massa.

“Luiza do Canadá”



A partir do modelo proposto, entende-se que por mais que as informações estejam cada vez mais disponíveis e dispersas no ambiente jornalístico e no ciberespaço, as redes sociais digitais não substituem as instituições jornalísticas tradicionais, elas colaboram com o processo de construção das notícias, revelando comportamentos e fluxos conversacionais que explicam os agenciamentos semióticos constituídos a partir desses espaços. Os modelos propostos nos auxiliam na reflexão das estruturas estabelecidas por acontecimentos que venham a se desenvolver dentro da rede e também colaboram com a identificação dos elementos que os caracterizam numa nova categoria de acontecimentos: os ciberacontecimentos.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Rodrigo Miquel. **A Construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2010
- AMARAL, A; MONTEIRO, C. “**Esses roquero não curte**”: **performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook**. XXI Encontro Anual da Compós (COMPÓS), Minas Gerais, 2012.
- BERGER, C; TAVARES, F. **Tipologias do acontecimento jornalístico**. In: BENETTI, M; FONSECA, V. **Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Tradução de María Hernández Díaz. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Volume 1; tradução Roneide Venâncio Majer; 12ª reimpressão. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2009. [1999]
- COGO, Denise. **No ar uma rádio comunitária**. São Paulo: Paulinas, 1998.
- CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas Digitais para Jornalistas**. Uma iniciativa do Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, da Universidade do Texas em Austin, 2010. Disponível em < <http://knightcenter.utexas.edu/ccount/click.php?id=6>> Acesso em 28 de abril de 2012.
- DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. Tradução de Rejane Rubino; 2ª impressão. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. [1967]
- DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila (orgs.). **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- ECO, Umberto; SEBEOK, Thomas A. (orgs.). **O Signo de Três – Dupin, Holmes, Peirce**. São Paulo: Perspectiva, 1991.
- GLADWELL, Malcolm. **Small Change – Why the revolution will not be tweeted**. 2010. Disponível em <http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell?currentPage=all> . Acessado em 13 de novembro de 2011.
- HENN, Ronaldo. **Direito à memória na semiosfera midiaticizada**. Revista Fronteiras. São Leopoldo: Unisinos, 2006.
- HENN, Ronaldo. **Acontecimento na sua dimensão semiótica**. in BENETTI, M. FONSECA, V. (org.) **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

HENN, Ronaldo. **Acontecimento em rede: crises e processos.** in ANTUNES, Elton, LEAL, Bruno e VAZ, Paulo Bernardo, *Jornalismo e acontecimento: perspectivas metodológicas*, vol. 2. Florianópolis: Insular, 2011.

HENN, Ronaldo. **Jornalismo como configurador de memória midiaticizada.** 2006. Disponível em http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coord1_ronaldo_henn.pdf. Acessado em 10 de junho de 2011.

HENN, Ronaldo. **Ciberacontecimento: produção e semiose.** No prelo, 2013.

FEITOSA, Ailton. **Organização da informação na Web: das tags à Web semântica.** (Estudos avançados em Ciência da Informação, v. 2). Brasília: Thesaurus, 2006.

FERREIRA, Fabrício. **O Facebook está nos deixando mais solitários?** 2012. Disponível em <http://www.updateordie.com/2012/04/22/o-facebook-esta-nos-deixando-mais-solitarios/>. Acessado em 30 de janeiro de 2013.

FERREIRA, J.P.; PRADO, M. **Diálogos: o Twitter e o peripatético.** Matrizes, v.3, n.2, 2010.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para a Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução Susana Alexandria. 2ª edição, São Paulo: Aleph, 2009.

LEAL, Bruno S. et. al. **Agendamento, enquadramento e noticiabilidade.** In: BENETTI, M; FONSECA, V. *Jornalismo e Acontecimento: mapeamentos críticos.* Florianópolis: Insular, 2010.

LEMONS, A. L. M. **Cidade e Mobilidade.** Telefones Celulares, Funções pós-massivas e territórios informacionais. Matrizes, v. 1, 2007.

LÉVY, P. **Cyberdemocratie.** Paris: Odile Jacob, 2002.

LOTMAN, Iuri. **Cultura y explosión: lo previsible en los procesos de cambio social.** Barcelona: Gedisa, 1999.

LOTMAN, Iuri. **A estrutura do texto artístico.** Lisboa: Estampa, 1978.

LOTMAN, Iuri. **La semiosfera.** Madri: Catedra, 1996.

MACIEL, Katia; PARENTE, André (orgs.). **Redes sensoriais.** Arte, ciência, tecnologia. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2003.

MACHADO, Irene. **Gêneros e/ou formatos?** Design de linguagem mediada. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, São Paulo, 2007.

- MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações** – comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- McLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1981.
- McCOMBS, M. **A Teoria da Agenda: A mídia e a opinião pública**; Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- McCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. **“The agenda-setting function of mass media”**. The Public Opinion Quarterly, Vol. 36, n° 2, 1972.
- MUSSOI, Paulo. **“A queda da Bastilha”**. Em FERREIRA, Claudiney (org.) **Princípios inconstantes**. São Paulo: Itaú Cultural, 2010.
- O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0?** O'Reilly Media, 2005. Disponível em <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em 15 de janeiro 2012.
- OROZCO G., Guillermo [2000]. **“Televidencias, uma perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones com. la televisión”**. In: Orozco G., Guillermo (Org). Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación em siglo XXI. Madrid, Ediciones de la Torre, 2000.
- PARENTE, André (org.). **Tramas da rede**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- PRIMO, Alex. **Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva**. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.
- PRIMO, Alex. **A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva**. Galáxia, v. 16, 2008.
- PRIMO, Alex. **Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard**. 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Rio de Janeiro, 2011.
- PONTE, Cristina. **Media e acontecimentos (com) sentidos**. In: Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação, n° 8-9, p. 101-104, 2006.
- QUÉRÉ, Louis. **Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento**. In: Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e educação, n° 6, p. 59-76, 2005.
- RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: A Conversação Mediada pelo Computador e as Redes Sociais na Internet**. Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber), São Paulo, 2008.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a
- RECUERO, Raquel. **Cascatas de informação, Redes Sociais e Twitter**: in: Ponto Mídia, Disponível em <

http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/cascatas_de_informacao_redes_sociais_e_o_twitter.html>. Acesso em 15 de janeiro 2012.

RECUERO, Raquel. **"Deu no Twitter, alguém confirma?"** Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais. 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Rio de Janeiro, 2011.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede:** comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SALLES, Cecília.A. **Jornalismo em processo.** Anais do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.

SANTAELLA, Lúcia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais:** a cognição cognitiva do Twitter. Coleção Comunicação. São Paulo: Paulus, 2010.

TEIXEIRA, Fabrício. **O Facebook está nos deixando mais solitários?** Disponível em <<http://www.updateordie.com/2012/04/22/o-facebook-esta-nos-deixando-mais-solitarios/>>. Acessado em 30 de janeiro de 2013.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Tradução Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução: Leonardo Avritzer. 11ª edição. Rio e Janeiro: Vozes, 2009.

UGARTE, David. **O poder das redes.** Porto Alegre: PUC-RS, 2008.

WEINBERGER, David. **A nova desordem digital.** Tradução Alessandra Mussi Araújo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de massa.** Tradução Karina Jannini. 3ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008

ZAGO, G.S. **O Twitter como Suporte para Produção e Difusão de Conteúdos Jornalísticos.** 6º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), São Paulo, 2008.

ZAGO, G.S. **Recirculação jornalística no Twitter:** filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Porto Alegre, UFRGS, 2011.

ZAGO, G.S. **A Experiência do Acontecimento Jornalístico no Twitter a partir de sua Recirculação.** 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Rio de Janeiro, 2011.

ZAGO, Gabriela e RECUERO, Raquel. **Em busca das redes que importam”** Redes Sociais e Capital Social no Twitter. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/6787/6129>>. Acessado em 10 de junho de 2011.

ZELIZER, Barbie. **“Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa”**. In: Revista de Comunicação e Linguagens: Jornalismo 2000. Lisboa, Relógio D’Água editores, p.33-61, 2000.

ANEXO A – MATERIAL COLETADO PARA O ACONTECIMENTO “ZEZÉ DI CAMARGO E LUCIANO

Portal R7 – 28/10/2011





2 QTOS. - ÁREA DE LAZER NOS MELHORES BAIRROS

Página Inicial
Notícias
Entretenimento
Esportes
Videos
Rede Record
Shopping
Facebook
Twitter
Google+
LinkedIn
YouTube
Curitiba
1 milhão
+1

Buscar

OK
E-mail

@R7.com
Senha

OK
Eu quero um e-mail @R7
Esqueci minha senha

8 de Fevereiro de 2013

Entretenimento

- Bate-papo
- BBB 13
- Bbel
- Beauty On
- Bichos
- Blogs
- Carnaval 2013
- Cartões
- Cifras
- Cinedick
- Cinema
- Estrelando
- Celebridade
- Estrelando Estilo
- Estrelando Realities
- Estrelando Séries
- Estrelando Teen
- Famosos e TV
- Fazenda de Verão
- Gameworld
- Habbo
- Humor
- Jogos
- Jovem
- Judão
- Letras
- Minha Vida
- Moda e Beleza
- Mundo das Tribos
- Música
- Blog Nejo
- Enquetes
- Fotos
- Glossário
- Marco Camargo
- Movimento Country
- Mural
- Net Hits
- Notícias
- Vagalume
- Namoro
- Natal
- Noivas
- Portal de Artesanato
- Portal Decoração
- Prêmios
- PR Newswire
- Receitas e Dietas
- Sempre Tops
- Vagalume
- Viagens
- Videolog
- Infográficos
- Enquetes
- Quiz
- Todas de Entretenimento

Você está aqui: Página Inicial/Entretenimento/Música/Notícias

MÚSICA

Zezé Di Camargo & Luciano: Crise?

▶ Cobertura completa ▶ Veja fotos da trajetória

publicado em 31/10/2011 às 21h00: Texto: [+A](#) [-A](#)

Veja a cobertura completa da possível crise entre Zezé Di Camargo & Luciano

Durante um show, os irmãos anunciaram que iriam se separar. Será o fim da dupla?

Do R7

[f Curtir](#) 2 [t Tweetar](#) 0 [+1](#) 0 [PinIt](#) 129

Quer lazer, valorização e facilidade?

ESCOLHA A MRV.

01h05 - Luciano vivia em uma dieta muito rígida por causa da saúde

18h38 - Zezé vai processar jornal que falou sobre suposta amante

17h20 - Luciano já está em casa e agenda com Zezé está mantida

12h03 - Luciano deixa hospital em Curitiba ao lado da mulher

11h15 - Luciano tem alta da UTI e deve voltar para SP hoje

09h03 - Zezé ironiza boatos sobre namorada no Twitter

21h47 - "O sonho do meu pai não vai acabar", afirma Luciele di Camargo

21h11 - Luciano se arrepende e diz que não vai se separar de Zezé

20h09 - Zezé di Camargo & Luciano vão se separar?

19h00 - Marrone manda filha e mulher para representá-lo em show

18h30 - "Espero que a família continue unida", diz pai de sertanejos

13h55 - Ritmo intenso de shows prejudicou a saúde de Luciano

13h22 - Leia a íntegra do novo boletim médico sobre o cantor Luciano

13h10 - Luciano não tem alta e o estresse da família preocupa

09h55 - "Eu vou cantar com você. Quer você queira ou não", diz Zezé

07h54 - Luciano pode ter alta da UTI neste sábado

23h04 - Zezé homenageia Luciano em show emocionante

21h10 - Pais de Luciano estão em Curitiba para ver o filho

19h05 - Luciano deve receber alta neste sábado (29)

19h03 - Luciele acha que Zezé e Luciano tiveram briga normal

17h59 - Luciano correu risco de morte, afirma médico e chefe da UTI

16h50 - Show de Zezé e Luciano é mantido nesta sexta

16h31 - Separação de Zezé di Camargo & Luciano vira piada no Twitter

16h11 - Leia a íntegra do boletim médico do cantor Luciano

16h04 - Rafinha Bastos faz piada com Zezé di Camargo & Luciano

15h45 - Luciano toma remédios para emagrecer, diz produtor

15h01 - Carreira de Zezé & Luciano é marcada por hits

13h59 - Cantor Luciano é internado por overdose no PR

12h11 - "Estou pasma", diz filha de Zezé sobre fim da dupla

11h10 - Comente sobre o fim da dupla Zezé Di Camargo & Luciano

09h10 - Será mesmo o fim da dupla Zezé Di Camargo & Luciano?

22h45 - Zezé Di Camargo & Luciano desmentem fim da dupla

R7 AGORA NO R7

Saiba quais são as fantasias geeks mais legais para o Carnaval

Charlie Brown Jr.

Tattoo & Rock
Veja fãs que tatuaram o rosto de Chorão

Polêmica

Belo
Relembre os altos e baixos da vida do cantor

R7 Viagens

Folia!
Aproveite o Carnaval de descontos do R7

Dica

R7 Banda Larga

É de graça!
Curta o fim de ano com o R7 Banda Larga

R7 Banda Larga

FÉRIAS

ASSINE GRÁTIS

Grátis!
Você terá acesso a todo conteúdo da Record

Shopping

MRV Engenharia
Aptos MRV 2 quartos 2 quartos e segurança R\$ 99,000

Kit e Esto
Nikkey R\$ 26,90

Notebook
Mania VI R\$ 2.184,91

Fogão
Pamfletti R\$ 850,18

TV
Wal-Mart R\$ 1.998,00

TV
Casas Ba R\$ 1.999,00

Coifa e De
Marin Br R\$ 902,41

Portal da Band – 28/10/2011





AS LINHAS CARGO E TRANSIT CARREGAM TUDO.
PRINCIPALMENTE AS MELHORES TAXAS DO MERCADO.

CLIQUE E CONFIRA



notícias ▾ esporte ▾ entretenimento ▾ viva bem ▾ videos ▾ Grupo Bandeirantes ▾


Ministro do Esporte quer acabar com os convênios com ONGs
Tempo - SP  Siga a BAND 

Enem: para procurador, anular prova de escola do CE é discriminação

Mônica Bergamo Nove pessoas morreram

Aldo Rebelo discute transição com Orlando Silva **DF: laudo aponta falha em barco que afundou**

Exclusivo

Alex sente dores na coxa e deve desfalcar o Corinthians contra o Avai

– Para Neto, Corinthians levará o título do Brasileiro

Confronto entre líder e vice-líder

Em busca do título da Série B, Portuguesa recebe a Ponte no Canindé



Internado na UTI

Cantor Luciano toma remédios para emagrecer, diz produtor

Folha de São Paulo – 28/10/2011

UOL Assine 0800 703 3000 SAC Bate-papo E-mail E-mail Grátis Notícias Esporte Entretenimento Estilo Rádio Vídeo Shopping


Notícias
Busca

PUBLICIDADE



modelo feito para
sua
publicidade

PUBLICIDADE

O site de entretenimento da Folha

televisão bichos humanos celebridades horóscopo colunistas estranho! eu ♥ #fofices fotos vídeos tudo

últimas de celebridades

28/10/2011

14h28
Rafinha Bastos ironiza o fim da dupla Zezé Di Camargo e Luciano
O humorista Rafinha Bastos ironizou o fim da dupla Zezé Di Camargo e Luciano.

14h18
Britto Jr. torce para que Zezé Di Camargo e Luciano continuem juntos
O apresentador Britto Júnior, 48, escreveu em seu Twitter que torce para que a dupla de cantores e irmão Zezé Di Camargo e Luciano continue unida.

12h04
Ativistas pedem para Lady Gaga usar vestido de alface na Índia
A cantora Lady Gaga foi desafiada a usar um vestido feito de alface durante sua visita à Índia neste fim de semana.

11h06
Claudia Raia estrela montagem de "Cabaret", de Joe Masteroff
"Havia um cabaré, e havia um mestre-de-cerimônias e uma cidade chamada Berlim. Era o fim do mundo, e eu dançava com Sally Bowles, e nós dois estávamos dormindo."

10h49

Siga agora o F5 no Twitter



F5 no Facebook

17,985 pessoas curtiram F5.







Plug-in social do Facebook

15 DIAS GRÁTIS
do mais influente
jornal do país.

*** **FOLHA**
SÉCULO XXI

PUBLICIDADE

Portal O Globo – 28/10/2011

O GLOBO Edição digital No celular No e-mail BUSCAR Notícias Na web Busc OK Rio de Janeiro 18° 33° ASSINE

CAPA PLANTÃO MEU GLOBO BLOGS COLUNISTAS EU-REPÓRTER OPINIÃO MULTIMÍDIA GUIAS E SERVIÇOS O GLOBO SHOPPING EXTRA ONLINE AGÊNCIA O GLOBO
PAÍS RIO CIDADES ECONOMIA MUNDO CIÊNCIA ESPORTES CULTURA RIOSHOW EDUCAÇÃO SAÚDE TECNOLOGIA VIAGEM O LIVREIRO CLASSIFICADOS ZAP

28 de outubro de 2011 | Atualizada às 14h37m Cadastre-se Login

Dólar volta a cair para menos de R\$ 1,70 após ação do Banco Central

BC vendeu US\$ 791 milhões no mercado futuro, ajudando a derrubar a cotação [Comente\(2\)](#)

Governo muda regras para agilizar licença ambiental de obras

Pacote tem 7 decretos

Filho mais temido de Kadafi faz contato com Tribunal Internacional

Saif al-Islam pode negociar rendição

Luciano, da dupla com Zezé, é internado

Dupla chegou a anunciar separação ontem, após briga em Curitiba [Notícia repercutiu no Twitter](#)

Ex-atriz Myrian Rios se filia ao PSD no Rio

Ela seguiu os passos de Wagner Montes e também deixou o PDT

LULA
66 anos
Ex-presidente serve pizza em sua festa de aniversário



Ministro à paisana
No dia do servidor público, Aldo Rebelo troca o terno por camiseta, sandália e jeans / Foto: Ailton de Freitas - O Globo

Reino Unido muda regra de sucessão para o trono

Comunidade britânica passa a dar direitos iguais a homens e mulheres e libera casamentos entre monarcas e católicos, derrubando lei do século XVII

Se nova lei já valesse, História poderia ter sido diferente
★ Relembra o casamento do príncipe William com Kate Middleton

Cientistas refazem experiência que desafiou teoria de Einstein

Neutrinos foram disparados de novo

TRISTEZA
Perda
Câncer mata, aos 59 anos, o ator e diretor Bernardo Jablonski

Fogo em supermercado fecha rua no calçadão de Campo Grande

Ainda não se sabe sobre vítimas

PERDA
Morre Heio Fernandes Filho
Jornalista era irmão de Rodolfo Fernandes



PASSE O MOUSE

PLANTÃO

14h41m | Rio
Três pessoas ficam feridas em incêndio que atinge supermercados na Zona Oeste

14h40m | País
Ex-secretário da Fazenda no PR é encontrado morto no porta-malas

14h40m | Cidades
PF prende integrantes de quadrilha acusada de roubos no Paraná e em Santa Catarina

[+ NOTÍCIAS](#)

NA VITRINE



Consulte condições de financiamento na concessionária. Garantia de 3 anos, conforme descrição no manual de propriedade do veículo.

Dara
Tel: 2150-8888

SITES DE COLUNISTAS

ANCELMO.COM
A coluna de hoje

BLOG DO NOBLAT
Para quebrar o gelo, nada melhor que um latido

BLOG DO XEXÉO
Eastwood e DiCaprio juntos, pela primeira vez

MÍRIAM LEITÃO
Inflação do aluguel continuará

Portal Terra – 28/10/2011

GUADALAJARA 2011 Blogs Fotos Medalhas Resultados Vídeos vivo SIGA O TERRA: Curtir -451 mil



SALTOS Juliana Veloso se classifica para final do trampolim de 3 m



EU DE LUCIANO A GRETCHEN Veja famosos que brigaram com irmãos

Do PR: causa de internação de Luciano na UTI seria alta dose de remédios
173 comentários

- Veja desabafo de Zezé, e Luciano anunciando fim da dupla
- Possível separação leva dupla ao topo no Twitter



sonora LIVE
Maia Rita HOJE, ÀS 16H!
APRESENTAÇÃO: LORENA CALÁBRIA

JOGOS PAN-AMERICANOS DE GUADALAJARA 2011 >>>

AO VIVO Brasileiros lutam para chegar às finais do judô no Pan; assista

- MINUTO A MINUTO** Egrima: Brasil perde na semi e disputa bronze
- Veja agenda de hoje
- Saiba como assistir
- Quadro de medalhas
- AO VIVO** Basquete masculino: assista ao jogo entre Porto Rico e Canadá
- AO VIVO** Hóquei no grama: assista ao jogo entre México e Cuba

Catherine Campos vence portorriquenha e vai à semifinal do judô

PLANETA TERRA FESTIVAL >>>
Após show no Planeta Terra, Groove Armada animará after-party

ESPORTES >>>
Veja o caminho do seu time por título, queda ou vaga na Libertadores

terra tv

Publicidade



sonora
MÚSICA COMO VOCÊ SEMPRE QUIZ.
CLIQUE E OUA GRATIS.

14:46 **Itaú**

Por 0s138, brasileiro fica sem bronze nos 1.000 m da canoagem

comentar

- Brasileiro é desclassificado na canoagem; mexicano fatura bi
- Ouro no salto, mexicana renega traje oficial e cria polémica

Após levar "ippon", Marcelinho vê

CLIQUE E CONHEÇA ALGUNS BENEFÍCIOS

NOTÍCIAS >>>
Defensoria Pública da União vai recomendar anulação do Enem

Aos 59 anos, morre roteirista da Globo no Rio de Janeiro

alugue e compre vídeos >



Portal do SBT – 28/10/2011

JORNALISMO



EM CURITIBA

Zezé Di Camargo e Luciano anunciam fim da dupla durante show

EDUCAÇÃO
Ministério Público Federal quer cancelar todas as provas do Enem

ANIVERSÁRIO
Ex-presidente Lula completou 66 anos ontem

RIO GRANDE DO SUL
Polícia cumpre mandatos de busca e apreensão

Canal do Fantástico no Globo.com – 30/10/2011

globo.com notícias esportes entretenimento vídeos rede globo e-mail central.globo.com assine já todos os sites



Últimas Edições | Princípios Editoriais | Vídeos | Quadros | Bola Cheia, Bola Murcha | Fale Conosco | Denuncie | Redação

Edição do dia 30/10/2011 / 30/10/2011 23h21 - Atualizado em 31/10/2011 00h16

'Enquanto vida eu tiver, não quero meus filhos separados', diz Seu Francisco

Luciano está recuperado, mas algumas perguntas ainda estão no ar: qual foi o motivo da briga entre os dois irmãos?

PUBLICIDADE
oBoticário [Clique aqui e conheça](#)



COMPARTILHE >       LINK: <http://glo.bo/6CYjw>  

Twitter Oficial da dupla sertaneja – 28/10/2011

The screenshot displays the Twitter profile for Zezé Di Camargo & Luciano (@zcloficial). The profile header includes the name, location (São Paulo, Brasil), and a link to their website. The main content area shows a list of tweets from the account, with the most recent one mentioning a contest for the show 'Programa Jô Soares'. The right sidebar provides statistics for the account, including 16,867 tweets, 1,165 following, 165,333 followers, and 2,564 listed accounts. It also features sections for 'Recent Images', 'You and @zcloficial', and 'Similar to @zcloficial'.

Profile Information:

- Name:** Zezé Di Camargo Luciano
- Handle:** @zcloficial
- Location:** São Paulo, Brasil
- Website:** <http://www.zezedicamargoluciano.com.br>

Statistics:

- Tweets: 16,867
- Following: 1,165
- Followers: 165,333
- Listed: 2,564

Tweets:

- zcloficial** ZezéDiCamargoLuciano
A história de Zezé Di Camargo e Luciano não acabou. Os dois, como todos irmãos, tem seus desentendimentos. A dupla continua! Equipe ZCL
10 hours ago
- zcloficial** ZezéDiCamargoLuciano
SP e RJ: A galera do @sitevagalume tem ingressos do Citibank e Credicard para vc vagalume.com.br/promocao.php
16 hours ago
- zcloficial** ZezéDiCamargoLuciano
O site @baressp está dando ingressos para o show no Credicard Hall. Participe! baressp.com.br/promocoes/prom...
17 hours ago
- zcloficial** ZezéDiCamargoLuciano
Você é de São Paulo e quer participar da platéia do Programa Jô Soares com @zcloficial?? Então concorra! bit.ly/ts3kF7
18 hours ago

Similar to @zcloficial:

- edsonevoce** Edson Cadonini Follow
Apaixonado pela música e muito agradecido as pess...
- ana_maria_braga** Ana Maria Braga Follow
- GalisteuOficial** Adriane Galisteu Follow

ANEXO B – MATERIAL COLETADO PARA O ACONTECIMENTO “LUIZA DO CANADÁ”

Portal G1 – 17/01/2012


Paraíba



buscar


G1 | Telejornais | Esporte | Aeroportos | VC no G1 + Regiões

17/01/2012 17h53 - Atualizado em 17/01/2012 19h09

'Luíza está no Canadá' vira hit na web e família antecipa volta dela ao Brasil

Garota paraibana ficou famosa nas redes sociais após comercial do pai. "Isto é uma avalanche", diz o pai de Luíza sobre a repercussão na internet.

Do G1 PB

12 comentários  2  20



Luíza já está com tudo pronto para voltar do Canadá (Foto: Divulgação/Arquivo pessoal)

A frase de um comercial de televisão veiculado na Paraíba está entre um dos assuntos mais comentados nas redes sociais em todo o Brasil. Toda a repercussão se deve a uma única frase: "Menos Luíza, que está no Canadá".

A propaganda em questão é sobre o lançamento de um prédio residencial, estrelada pelo colunista social e pai de Luíza Gerardo Rabello, de João Pessoa, que fala sobre o empreendimento e em determinado momento ele cita que o sucesso do prédio é tão grande que ele convocou toda a família para falar sobre o empreendimento, menos intercâmbio.

Luíza, de 17 anos, que está no Canadá, fazendo



Gerardo Rabello fala que a filha Luíza está no Canadá em comercial (Foto: Reprodução/YouTube)

Menos de 24 horas após a veiculação da propaganda, na quarta-feira (11), o assunto ficou entre os 10 mais comentados do Twitter em todo o país com a hashtag #LuizaEstanoCanada, além de inúmeras montagens que foram veiculadas no Facebook.

A repercussão foi tanta que até artistas consagrados entraram na brincadeira. Foi o caso do cantor Lenine, que em show feito em João Pessoa na última sexta-feira (13), agradeceu a presença de todos que foram, menos de Luíza que está no Canadá. "Que maravilha, está todo mundo aqui rapaz, só

não está a Luíza que está lá no Canadá", brincou o cantor antes de começar o show.

A reportagem do G1 conversou com Gerardo Rabello para saber o que a família está achando da repercussão. "Isto é uma avalanche, a família se reuniu e achou melhor anteciper a volta dela para o Brasil. Ela vai chegar ao país ainda esta semana e precisa ficar amparada pela família neste momento. Eu não imaginava que um simples comercial pudesse ter toda esta repercussão. Só queremos ficar do lado dela", disse Gerardo.

PUBLICIDADE



TV CABO BRANCO TV PARAIBA
AFILIADAS REDE GLOBO

Paraíba

veja tudo sobre >

Falta de médicos em municípios da PB superlota hospitais da capital

HÁ 46 MINUTOS



Luciano Cartaxo anuncia US\$ 100 mi em investimentos para...

HÁ 1 MINUTO



Polícia Ambiental apreende 35 aves silvestres na Grande...

HÁ 46 MINUTOS



Aesa e Defesa Civil realizam ações preventivas em 36 açudes...

HÁ 1 HORA

Brasil

+




Tecnologia e Games

+

PUBLICIDADE



Big Brother Brasil


Paraíba



G1 ▾ | Telejornais ▾ | Esportes ▾ | Aeroportos ▾ | VC no G1 + Regiões ▾

12/01/2012 18h19 - Atualizado em 19/01/2012 14h05

Antes de voltar do Canadá, Luíza tem várias propostas de trabalho, diz pai

Pai da adolescente diz que já negocia com grandes empresas. Gerardo Rabello também confirma que Luíza chega ainda esta semana.

Do G1 PB

0
 0



Luíza avalia propostas de trabalho antes de voltar do Canadá. (Foto: Divulgação/Arquivo pessoal)

Depois de se tornar hit na web apenas por "estar no Canadá", Luíza teve sua volta antecipada e deve chegar ao Brasil ainda esta semana, mas, antes mesmo de pisar no Brasil, a adolescente já está cheia de propostas de trabalho. O colunista social e pai de Luíza, Gerardo Rabello, disse ao **G1**, na tarde desta quarta-feira (18), que foi procurado por várias empresas que convidaram a garota para estrelar ações comerciais.

(Atualização: posteriormente, Luíza esclareceu que voltou ao Brasil no dia 17.)

Leia mais.

Ele informou que a construtora, dona do empreendimento que gerou a explosão na internet, está comemorando o sucesso de Luíza já planeja fazer uma nova propaganda do prédio residencial com a adolescente.

"A gente já conversou com Luíza e decidimos que ela é quem vai decidir quais convites vai aceitar", disse Gerardo Rabello sobre as propostas de trabalho oferecidas. O colunista social, que sem querer provocou a fama da filha, disse que o maior número de convites é para cursos de intercâmbios e que também surgiram propostas para desfiles de moda.

saiba mais

'Luíza está no Canadá' vira hit na web e família antecipa volta dela ao Brasil



Gerardo disse que a construtora do comercial comemora o sucesso. (Foto: Reprodução/YouTube)

Apesar do número de convites, Gerardo Rabello disse que Luíza só vai se envolver nos projetos que ela desejar. Ele também não quis revelar os valores financeiros das propostas que foram feitas ao mais novo fenômeno da web.

Luíza se tornou um hit nas redes sociais após a veiculação de um comercial sobre um lançamento de um prédio na televisão da Paraíba. Na propaganda, Gerardo Rabello fala sobre o empreendimento e em determinado momento ele cita que o sucesso do prédio é tão grande que ele convocou toda a família para falar sobre o empreendimento, menos Luíza, de 17 anos, que está no Canadá, fazendo intercâmbio.

Menos de 24 horas após a veiculação da propaganda, na quarta-feira (11), o assunto ficou entre os 10 mais comentados do Twitter

em todo o país com a hashtag #LuízaEstãoCanadá, além de inúmeras montagens que foram veiculadas no Facebook.

Gerardo Rabello disse que em função da imensa repercussão a família decidiu antecipar a volta de Luíza ao Brasil. "Eu não imaginava que um simples comercial pudesse ter toda esta repercussão. Só queremos ficar do lado dela", disse Gerardo.

PUBLICIDADE

Paraíba

veja tudo sobre >

Falta de médicos em municípios da PB superlota hospitais da capital

HÁ 46 MINUTOS



Luciano Cartaxo anuncia US\$ 100 mi em investimentos para...

HÁ 1 MINUTO



Polícia Ambiental apreende 35 aves silvestres na Grande...

HÁ 48 MINUTOS



Aesa e Defesa Civil realizam ações preventivas em 36 agudes...

HÁ 1 HORA

Brasil

+

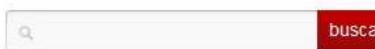
Tecnologia e Games

+

PUBLICIDADE



Paraíba



G1 ▾ Telejornais ▾ Esporte ▾ VC no G1 ▾

Luta contra a Dengue Carnaval + Regiões

19/01/2012 08h57 - Atualizado em 19/01/2012 09h13

'É muito estranho, mas eu tô levando tudo na brincadeira', diz Luíza

Ela ficou conhecida por conta da frase: "Menos Luíza, que está no Canadá". Estudante disse que no início não entendeu o porquê da repercussão.

Do G1 PB com Bom Dia Brasil

1 comentário

90

Recomendar 127



A estudante Luíza Rabello, de 17 anos, que ficou conhecida por conta da frase: "Menos Luíza, que está no Canadá", continua por lá e disse que ficou surpresa com a repercussão da propaganda. "É muito estranho, mas eu tô levando tudo na brincadeira. Pessoas que eu nunca tinha visto na minha vida, que eu nunca tinha falando na minha vida, falando e eu sem entender o porquê", disse Luíza.

Gerardo Rabello, o pai de Luíza, disse que a imprensa do Canadá e até o governo do país querem entrevistar a estudante. "Já chegou rádio do Canadá querendo encontrar Luíza de qualquer forma, porque o governo do Canadá está atrás de Luíza. Então, cria-se uma situação inusitada e muito engraçada. A gente, nos primeiros momentos, não parava de só rindo, porque parecia que não terminava. De uma canseira, uma ressaca que não terminava essa história", disse o colunista social Gerardo Rabello.

saiba mais

Antes de voltar do Canadá, Luíza tem várias propostas de trabalho, diz pai

'Luíza está no Canadá' vira hit na web e família antecipa volta dela ao Brasil

Luíza se tornou um hit nas redes sociais após a veiculação de um comercial sobre um lançamento de um prédio na televisão da Paraíba. Na propaganda, Gerardo Rabello fala sobre o empreendimento e em determinado momento ele cita que o sucesso do prédio é tão grande que ele convocou toda a família para falar sobre o empreendimento, menos

Luíza, de 17 anos, que está no Canadá, fazendo intercâmbio.

Menos de 24 horas após a veiculação da propaganda, na quarta-feira (11), o assunto ficou entre os 10 mais comentados do Twitter em todo o país com a hashtag #LuizaEstanoCanada, além de inúmeras montagens que foram veiculadas no Facebook.

Luíza ainda não teve como aproveitar a fama porque continua no Canadá. "Continuo sim, mas daqui a pouco eu estou voltando", disse a estudante, que deve embarcar ainda nesta semana para o Brasil.

Paraíba

veja tudo sobre >

Comerciante da Paraíba morre em acidente na BR-101, no ES

HÁ 22 MINUTOS



Com pista molhada, motorista perde o controle e causa...

HÁ 24 MINUTOS

Adolescente é encontrada morta com golpes de faca em João Pessoa

HÁ 45 MINUTOS



PSB anuncia substituto para prefeito de João Pessoa nas...

18/1/2012

Brasil



PUBLICIDADE



PUBLICIDADE



G1 São Paulo   

G1 | Telejornais | Esporte | Trânsito | Aeroportos | VC no G1 | Carnaval | Regiões

19/01/2012 13h47 - Atualizado em 19/01/2012 15h19

Há dois dias no Brasil, Luíza se diz assustada com sucesso na web

Adolescente voltou do Canadá na terça-feira e ficou em hotel de SP. Jovem ficou conhecida após propaganda do lançamento de prédio na PB.

Bruno Azevedo
Do G1 SP305 comentários | [Tweeter](#) | 1.111 | [Recomendar](#) | 5,6 mil

Havia dois dias que Luíza não estava mais no Canadá. Como uma Big Brother, ela estava confinada desde terça-feira (17) em um hotel no Ibirapuera, na Zona Sul de **São Paulo**. Nesta quinta (19), a jovem de 17 anos contou como recebeu à distância, lá no Canadá, a notícia de que seu nome tinha se transformado em um meme na internet.

Toda a repercussão se deve a uma única frase: "Menos Luíza, que está no Canadá".

Luíza ficou sabendo da repercussão em torno do seu nome pelo **Facebook**. Duas amigas mostraram para ela o sucesso do meme nas redes sociais. "Fiquei assustada, não sabia o que fazer, pensei em deletar minha conta no **Twitter**. Mas liguei para 'paiinho' e ele me acalmou." Segundo ela, os amigos também a tranquilizaram, aconselhando-a a levar tudo na brincadeira. "De repente estava todo mundo falando de mim. Foi muito estranho".

saiba mais

'É muito estranho, mas eu tô levando tudo na brincadeira', diz Luíza

Antes de voltar do Canadá, Luíza tem várias propostas de trabalho, diz pai

'Luíza está no Canadá' vira hit na web e família antecipa volta dela ao Brasil

"Eu estava um pouco nervosa em voltar, não sabia o que me esperava por aqui. Estava ansiosa pela repercussão [da propaganda] e por voltar, ver a família que não via há tempo, amigos, o namorado. Foi bastante impactante", conta Luíza sobre sua volta ao Brasil, que foi antecipada. O programa de intercâmbio que ela participava já estava no fim e a adolescente voltaria do Canadá no dia 29.

Luíza ficou sabendo da repercussão em torno do seu nome pelo **Facebook**. Duas amigas mostraram para ela o sucesso do meme nas redes sociais. "Fiquei assustada, não sabia o que fazer, pensei em deletar minha conta no **Twitter**. Mas liguei para 'paiinho' e ele me acalmou." Segundo ela, os amigos também a tranquilizaram, aconselhando-a a levar tudo na brincadeira. "De repente estava todo mundo falando de mim. Foi muito estranho".



Adolescente está ansiosa para voltar a João Pessoa e reencontrar amigos e namorado (Foto: Bruno Azevedo/G1)

De volta ao Brasil, Luíza diz que ainda não foi reconhecida nas ruas nem no hotel. Logo ao chegar, na terça, gravou em São Paulo a propaganda do prédio residencial que lhe rendeu fama. O novo comercial deverá ir ao ar nesta quinta na Paraíba. Nesta quinta-feira, ele esteve na TV Globo em São Paulo para uma entrevista ao **Jornal Hoje**. Agora, ela analisa convites para outros comerciais. "Já fizemos alguns contatos com agências de propaganda. Não posso decidir nada por ela. Ela vai fazer comerciais se quiser", adiantou Gerardo.

Ficar confinada por dois dias foi considerado um sacrifício pela adolescente. "A pior coisa é mentir, se esconder. Mas se eu falasse que estava voltando, seria mais tumulto do que já está sendo, o que nem eu nem meus pais queríamos", afirmou a jovem, que se diz tímida. "Quase morri. Eu que amo sair, tive que ficar dois dias parada. Foi um sacrifício".

“
Claro que pretendo voltar ao Canadá. Fiz amigos lá para a vida inteira”

— Luíza

Agora no Brasil, Luíza quer voltar a **João Pessoa**. Ela se diz ansiosa para rever amigos, irmãos e o namorado, que estava na Austrália quando ficou sabendo que a adolescente tinha se tornado uma web celebrity. "Tudo isso é uma coisa muito nova para mim."

No Canadá, Luíza estudava o equivalente à segunda série do ensino médio. "Agora quero voltar a estudar e passar no vestibular de primeira", diz Luíza, que ainda não decidiu que carreira seguir.

Sobre o carnaval, Luíza, que costuma passar o feriado em João Pessoa e no Recife, diz que ainda não tem planos. "Acabei de voltar. Não sei nem o que vou fazer amanhã, quanto mais no carnaval", brinca.

Se Luíza pretende ir de novo ao Canadá? "Claro que pretendo voltar ao Canadá. Fiz amigos lá para a vida inteira."

PUBLICIDADE

Quer saber tudo o que acontece depois da votação?

Passa o mouse

São Paulo

veja tudo sobre >

Escolas de qualificação abrem vagas para moradores de Rio Preto, SP

HÁ 17 MINUTOS



Roidas por ratos, 15 toneladas de merenda serão incineradas

HÁ 34 MINUTOS



Admiradores vão à Assembleia se despedir de Fernando Lyra

HÁ 38 MINUTOS

Aulas em escola de tempo integral começam 2ª feira na região

HÁ 10 SEGUNDOS

Paraíba +

Tecnologia e Games +

Facebook +

João Pessoa +

Twitter +

PUBLICIDADE

globo esporte .com

SEU CHAMPIONS TROFÉU

Shopping



Zoom.com.br
LED 47" Smart Full HD

a partir de R\$
2.089,10



compare preços de

Comparar

veja todos os produtos >>

PUBLICIDADE

Canal do Jornal Hoje no Globo.com – 19/01/2012



[G1](#) | [Jovens do Brasil](#) | [Câmera do JH](#) | [Tô de Folga](#) | [Sala de Emprego](#) | [VC no JH](#) | [Fale Conosco](#) | [Redação](#) | [Vídeos](#) | [Princípios editoriais](#)

Edição do dia 19/01/2012
19/01/2012 13h49 - Atualizado em 19/01/2012 14h45

Luíza Rabello volta do Canadá e fala sobre a fama inesperada na internet

A estudante de 17 anos animou a redação da TV Globo em São Paulo. A garota foi recebida por toda equipe do Jornal Hoje e pelo apresentador Evaristo Costa.

Glória Vanique
São Paulo, SP

[Tweeter](#) [Recomendar](#) (2,1 mil)



Luíza não está mais no Canadá e voltou ao Brasil fazendo sucesso. Tudo começou com um comercial de TV, estrelado pelo pai dela, que é colunista social. Foi o suficiente para a filha cair na rede e virar destaque nos buscadores de notícias.

Sua temporada no Canadá foi um dos assuntos mais comentados nas redes sociais na internet e ganhou até dedicatória no show do cantor Lenine, em João Pessoa.

A TV sempre foi uma das grandes difusoras de bordões que viram "manias". Na era da internet esses bordões se multiplicam a toda velocidade. Com tanta gente conectada, é muito fácil espalhar informação, comportamento, opinião e comentários.

Acompanhe o Jornal Hoje também pelo twitter e pelo facebook.

O "que deslegante", comentário da Sandra Annenberg, no Jornal Hoje, ficou tão popular na rede, que ela foi convidada para apresentar a retrospectiva do melhor da internet em 2011, bolada pelo pessoal do G1, portal de notícias da Globo.

saiba mais

[Veja a galeria de fotos da Luíza no JH](#)

A professora de marketing digital Martha Gabriel explicou fenômenos como Luíza em entrevista ao "Bom Dia Brasil". "Hoje qualquer pessoa, teoricamente, pode ser o iniciador de um meme, de um comportamento, pode ser algo bastante bacana, pode ser bem banal,

simples, bem engraçada. Então a internet se transforma na plataforma ideal para que o meme viva, para que as culturas se misturem mais".

A fama repentina não tirou o foco da estudante. "Eu quero terminar de estudar, fazer o vestibular, passar em primeiro e começar minha carreira".

PUBLICIDADE

DIVIRTA-SE COM A NOVA SÉRIE PÉ NA COVA



Jornal Hoje
veja tudo sobre >

Tema do próximo Jovens do Brasil é o ciúme e a traição...
HÁ 1 HORA

Queda de meteorito fere quase mil pessoas e deixa três em estado grave
HÁ 2 HORAS

Bebê morre após ser esquecido pelo pai dentro do carro em Divinópolis
HÁ 2 HORAS

Praia no litoral do Ceará tem um dos maiores toboáguas do mundo
HÁ 2 HORAS

PUBLICIDADE




O Globo – Megazine - 18/01/2012

O GLOBO

CULTURA MEGAZINE

CAPA PAÍS RIO CARNAVAL 2013 ECONOMIA MUNDO CULTURA ESPORTES MAIS +





COMPRE AGORA

ASSINE O GLOBO

W3: DOR DE GOTOVELO
KATY PERRY ESTAVA DUTANDO MINHA POR NÃO GOSTAR DE CHRIS BROW

'No início, minha filha ficou assustada', diz pai de Luiza

Celebridade da web, paraibana de 17 anos volta do Canadá e vai estreitar comercial

Recomendar
Tweet
492

THIAGO JANSEN (EVAL) Publicado: 18h01:12 - 18h09 Atualizado: 19h01:12 - 18h19



Legislação do Governo Federal na gestão do ex-presidente Lula é alvo de brincadeira envolvendo o meme "Luiza" Reprodução de web

RIO - A paraibana Luiza Rebello, de 17 anos, utiliza a internet sempre que pode, para falar com seus amigos e sua família e para se distrair. Adepta das redes sociais, tem um perfil no Facebook e uma conta no Twitter. Se não fossem por alguns detalhes, a menina seria uma jovem internauta como tantas outras. Mas Luiza estava no Canadá e, devido a um comercial de TV "estrelado" por seu pai, ela virou a mais nova celebridade da web. Luiza "viralizou", deu origem a uma onda de memes e, com sua história, ajudou a delinear um pouco do perfil dos brasileiros nas redes.

— No início, minha filha ficou assustada porque da noite para o dia recebeu dezenas de mensagens e solicitações no Facebook, e até retirou sua conta do ar. Mas agora Luiza está mais tranquila. Muitas pessoas têm me abordado na rua e perguntado por ela — afirma o colunista social Gerardo Rebello. — Parece que procura do imóvel anunciado no comercial acompanhou toda a repercussão. As pessoas ligam para a construtora perguntando pelo "prédio da Luiza", e nem todas as ligações são trotes. Já teve gente que comprou apartamento assim. Acho que vou ter que me mudar para lá.

Por causa de toda a repercussão na web, Luiza antecipou sua volta ao Brasil e já está no país. Segundo a agência responsável pelo comercial, ela vai estreitar uma nova campanha em breve. Vai ser uma forma de aproveitar a fama, que começou de forma involuntária. Há cerca de 15 dias, o pai dela foi convidado a gravar um comercial de um empreendimento imobiliário em João Pessoa. Colunista social de família conhecida na capital paraibana, Gerardo reuniu sua esposa e dois de seus três filhos para participar — Luiza, em intercâmbio no Canadá, ficou de fora. Para esclarecer a ausência da menina, os produtores acharam de bom tom o jornalista explicar no vídeo o paradeiro de Luiza. Quando o comercial chegou ao YouTube, o que era para ser uma menção desprezível ganhou ares cômicos, e o comercial virou hit instantâneo.

— O "viral", basicamente, é tudo aquilo que se espalha rapidamente, enquanto o "meme" é aquele pedacinho de alguma coisa com que as pessoas na internet fazem remix, montagem e várias piadas — explica Kaban Bernardo, produtor de conteúdo da plataforma youPIX, que celebra, discute e analisa a cultura de internet. — Normalmente o meme vem de um viral, mas nem todo viral é meme.

Diretor do comercial "de Luiza", o publicitário Alberto Acerla conta que levou um susto.

— Fui surpreendido pelo sucesso do vídeo. Era para ser muito simples. Não houve intenção de viralizar. A menção à Luiza era mais uma informação. Não criei o vídeo pensando em fazer esse barulho todo — afirma o profissional da agência Oficina de Propaganda. — Vou estudar o que aconteceu, mas acho difícil replicar esse fenômeno.

Em quatro dias, o vídeo já alcançou quase 100 mil visualizações no YouTube: as palavras "Luiza", "Canadá" e a hashtag #LuizaEstavaNoCanada alcançaram os Trending Topics brasileiros do Twitter, e inúmeras paródias com a frase "menos Luiza, que está no Canadá" se espalharam pela internet, como uma canção de forró, uma montagem com a famosa cena do filme "A Queda", um tumblr com imagens humorísticas e um evento fictício no Facebook para a volta de Luiza ao Brasil.

A história de Luiza não é inédita. Já há algum tempo, memes e virais são partes importantes da cultura digital. Por exemplo, é raro hoje em dia alguém nunca ter tido seu coração amolecido por vídeos virais com estripulias de gatinhos na internet, ou esbarrado em piadas com o meme "Rage Face". De olho no poder desses fenômenos, publicitários se preocupam em construir campanhas para a internet que se espalham rapidamente e virem fenômenos. Nos EUA, o site colaborativo "eclain" faz sucesso como um dos maiores criadores de memes com imagens da internet, e o site "Know Your Meme" é notório por compilar e explicar o significado e a origem desses fenômenos (Luiza está no Canadá, mas já está no site também).

Para Kaban Bernardo, do "youPIX", os brasileiros têm uma afinidade natural para a criação e a disseminação desse tipo de fenômeno.

— O território da internet brasileira é muito propenso a replicar memes e virais. Sempre queremos compartilhar e mostrar os nossos gostos para todo mundo. Inclusive, nós somos muito propensos ao humor com imagens ou vídeos (que geram bordões) — explica Kaban, que tem como parte de seu trabalho compilar e explicar os memes do momento no site do youPIX. — No geral, o povo brasileiro sempre gosta muito de humor, e na internet parece que isso só é mais forte e orgânico.

A jovem Luiza que o diga.

Siga a gente no Twitter: @RevistaMegazine

ASSISTA AOS SEUS FILMES FAVORITOS ONLINE





NETFLIX 1 MÊS GRATIS


AGORA EM DESTAQUE

Força Nacional chega a Florianópolis para tentar conter onda de ataques em SC




Número de atentados registrados em 15 dias no estado chegou a 100

Queda de meteoro na Rússia deixou 200 crianças mais de mil feridos, incluindo 200 crianças



Onda de choque balançou prédios na região dos Montes Urais. Rocha teria cerca de 10 toneladas. Assista ao vídeo com o momento da queda

Rocha teria até 2 m de diâmetro, diz rioSHOW



Sanduíches para 'comer ajoelhado' no Centro

MAIS LIDAS

- 1 Meteoro cai na Rússia e deixa cerca de mil feridos
- 2 Asteróide vai passar perto da Terra nesta sexta-feira
- 3 Mulher atropela garç e fere policial militar em Ipameria

NAS REDES

O Globo
#Curir 741.413

Cadastre-se Crie uma conta ou entre para ver o que seus amigos estão fazendo.

Vereador pedirá inspeção no contrato da prefeitura com a Embler - Alexandre Siqueira O Globo 408 pessoas recomendaram isto.

Cabral cria nova secretaria e Gilmar Campos assume cargo - S45 pessoas recomendaram isto.

Era melhor antes - 1.329 pessoas recomendaram isto.

Sobrinha do ministro Joaquim Barbosa é demitida por piada sobre Renan - 220 pessoas recomendaram isto.

BLOG VERDE

O Globo – Blog do Noblat – 20/01/2012

O GLOBO
BLOGS
17:05 SEXTA, 15.2.2013

CAPA PAÍS RIO CARNAVAL 2013 ECONOMIA MUNDO CULTURA ESPORTES MAIS +

[PATRICIAKOGUT](#)
[rioshow](#)
[EXTRA](#)
[CLASSIFICADOS](#)

PUBLICIDADE





Collins
Vestidos
a partir de R\$ 49,99



Blog do NOBLAT

| Brasília, 15 de fevereiro de 2013

- [Regras do Blog](#)
- [Perfil do Noblat](#)
- [Publicações do Noblat](#)

BUSCA

- [PÁGINA PRINCIPAL](#)
- [ARTIGOS](#)
- [ENTREVISTAS](#)
- [A OBRA PRIMA DO DIA](#)
- [ARQUIVO DO BLOG](#)

DESABAFE

Neste espaço, jogue fora tudo que o incomoda. Sem pesar a mão, por favor.
Dê sua opinião
Outras opiniões

OUÇA



FALE COM O BLOG

falecomoblog@oglobo.com

OUTROS SITES DE COLUNISTAS

- [Ancelmo.com](#)
- [Miriam Leitão](#)
- [Patrícia Kogut](#)
- [Rádio do Moreno](#)

Enviado por Ricardo Noblat - 20.01.2012 | 07h35m

GERAL

'Se a fama durar até o Carnaval está ótimo', diz pai de Luiza



Foto: Daniel Teixeira / Agência Estado

Fernando Scheller, Estadão.com

A volta de Luiza, a adolescente de 17 anos que virou febre nas mídias sociais depois de ser citada em um comercial estrelado pelo pai, o colonista social paraibano Gerardo Rabello, pode ser comparada com estratégias usadas por popstars como Madonna: a garota, que todos achavam estar no Canadá, está no País desde a última terça-feira. Durante 48 horas, enquanto o zum-zum na web crescia, ele preparava o "retorno triunfal" de Luiza, anunciado nesta quinta-feira no Jornal Hoje, noticiário da Rede Globo.

Enquanto virava trend topic no Twitter e era compartilhado em milhões de perfis no Facebook, Luiza já havia começado a capitalizar a recém-adquirida (e inesperada) fama.

Em um contrato negociado pelo pai, ela gravou na quarta-feira um comercial para o mesmo empreendimento da construtora que a fez famosa - o Saint Germain Boulevard, com apartamentos vendidos entre R\$ 680 mil e R\$ 1,2 milhão, e dedicados à "nata" da sociedade de João Pessoa, cidade onde o pai de Luiza é um conhecido como "porta-voz" dos ricos e famosos.

Leia mais em ['Se a fama durar até o Carnaval está ótimo', diz pai de Luiza](#)

Siga o [Blog do Noblat no twitter](#)

Ouç a [Estação Jazz e Tal](#), a rádio do blog

Visite a [página de vídeos políticos do Blog do Noblat](#)

Permalink

Blog do Noblat - O Globo

23.493 pessoas curtiram Blog do Noblat - O Globo.



twitter

Instagram

NETFLIX

Assista online a filmes e séries via internet

Assista a "Grey's Anatomy" hoje no seu computador ou TV

ENQUETE

Você e o carnaval:

- Eu brinco carnaval
- Eu gosto, mas não brinco
- Não gosto
- Não tenho opinião

Resultado
Pesquisa anterior



NO SEU CELULAR

SMS

Envie Noblat para 50020
R\$ 0,10* por notícia, até 2x/dia

* Mais impostos

Canal do Bom Dia Brasil no Globo.com – 19/01/2012


Bom Dia Brasil


buscar


[Colunistas](#) [Redação](#) [História](#) [VC no Bom Dia Brasil](#) [Fale Conosco](#) [Vídeos](#) [Princípios editoriais](#)

Edição do dia 19/01/2012
 19/01/2012 08h20 - Atualizado em 19/01/2012 08h38

'É estranho, mas levo na brincadeira', diz Luíza, que está no Canadá

Bom Dia Brasil entrevista a mais nova febre da internet. A frase que cita seu nome virou um hit – ou o que os especialistas chamam de 'meme'.

Tweetar 615 Recomendar 1,7 mil



Pode ser uma dancinha, uma frase deselegante ou uma situação inusitada. Quando cai na internet, se espalha e todo mundo comenta sem parar. A última do momento nasceu na **Paraíba**. Todos certamente já ouviram a frase que está todo mundo repetindo, menos a Luíza, que está no **Canadá**.

Mas ela, com certeza, já sabe que virou celebridade no **Brasil**. Luíza, que está no Canadá estudando, se tornou um "meme", ou seja, uma imagem, uma frase ou um comportamento que vai sendo repassado pela internet e vira mania. O **Bom Dia Brasil** conversou com o pai da Luíza e com a própria e mostra o susto que eles levaram com essa avalanche virtual.

Um comercial veiculado em **João Pessoa** (PB) – "Estou aqui com minha esposa, filho, menos Luíza, que está no Canadá" – e uma frase publicada no mundo pela internet, repetida à exaustão na última semana, inclusive por celebridades como Ronaldo Fenômeno. O colunista social Gerardo Rabello topou fazer a propaganda com a família. Seguiu o roteiro que citava a filha de 17 anos em intercâmbio no Canadá. Em princípio, aquilo pegou mal.

"Pareceu para um público inicialmente uma coisa assim de exibicionismo. Uma coisa pedante, que foi completamente revertida nas primeiras horas", comenta o colunista social Gerardo Rabello, pai da Luíza.

Em poucos dias, virou um vírus que se espalha rapidamente. "Já chegou rádio do Canadá querendo encontrar Luíza de qualquer forma, porque o governo do Canadá está atrás de Luíza. Então, cria-se uma situação inusitada e muito engraçada. A gente, nos primeiros momentos, não parava de só rindo, porque parecia que não terminava. De uma conselheira, uma resaca que não terminava essa história", acrescenta o colunista social Gerardo Rabello, pai da Luíza.

Luíza continua no Canadá, mas o pai dela topou conversar e deixou que a equipe de reportagem do **Bom Dia Brasil** falasse também com a filha, mas por enquanto só por telefone. "Para preservá-la tranquila no Canadá", disse o pai. Quando ela chegou ao Canadá, Luíza era só uma estudante. Vai voltar conhecida no Brasil.

"É muito estranho, mas eu estou levando tudo na brincadeira. Pessoas que eu nunca tinha visto na minha vida, que eu nunca tinha falando na minha vida, falando e eu sem entender o porquê", afirma Luíza.

A frase que cita o nome da Luíza virou um hit – ou o que os especialistas chamam de "meme", do grego "mimeme". É a imitação de frases, ideias, vídeos ou comportamentos.


"A gente não sabe por que, mas pode ser porque você achou engraçado. Pode ser para pertencer a algo – Ah, ela está fazendo. Vou fazer, porque quero ser cool, quero ser parte da turma'. Às vezes porque você acha que, se você fizer isso, alguém fala que você vai ganhar dinheiro. Às vezes, porque se você não fizer você pode ser punido", explica a professora de marketing digital Martha Gabriel.

Há décadas a TV é uma das grandes difusoras desses bordões que viram "manias". Com a internet, elas se multiplicam rapidamente. "Hoje qualquer pessoa teoricamente pode ser o iniciador de um meme ou de um comportamento. Pode ser algo bastante bacana ou pode ser algo bem banal, bem simples e bem engraçado", acrescenta a professora de marketing digital Martha Gabriel.

A foto com a cabeça no freezer ao lado de um número aparentemente aleatório foi copiada. O vídeo do travesti que mergulha na piscina também. Teve quase um milhão de acessos e ganhou muitas versões.

"O meme acaba sendo um formador de cultura. O que fica – os valores que ficam, as ideias, os comportamentos – eles são somados pelos memes mais fortes. O que é só uma onda, vem e vai, acaba desaparecendo sem problema nenhum", afirma a professora de marketing digital Martha Gabriel.

Luíza, por enquanto, ainda não aproveita a fama repentina. Afinal, ela continua no Canadá. "Continuo sim, mas daqui a pouco eu estou voltando", diz a estudante, que embarca nesta quinta-feira (19) para o Brasil. A moça já está cheia de compromissos agendados. A frase vai ter de mudar para: "Até a Luíza, que já voltou do Canadá".





Bom Dia Brasil

Veja tudo sobre >

- Oscar Pistorius é formalmente acusado pela morte da namorada
- Horário de verão representou 4,5% de economia de energia em SP
- Megainvestidor americano e fundo brasileiro compram a empresa Heinz
- Meteorito explode no céu e despeja fragmentos em cidades da Rússia

- Brasil +
- Canadá +
- João Pessoa +
- Paraíba +





O GLOBO

ECONOMIA

MORAR BEM

LOGIN | CADASTRE-SE

PESQUISAR

CAPA PAÍS RIO CARNAVAL 2013 **ECONOMIA** MUNDO CULTURA ESPORTES MAIS +

PATRICIA KOGUT EXTRA

ATÉ **70% OFF**

SAPATÊNIS
A PARTIR DE:
R\$ 69,90



dafiti

COMPRE AGORA

PEDRAS

INTELIGENTES

FAÇA VOCÊ MESMO: MOLDURA DE ESCAMAS PARA ESPELHO

DICAS PARA NÃO TER DOR DE CABEÇA COM A MUDANÇA

Do Canadá, Luiza praticamente dobra vendas de empreendimento

- Depois que comercial se tornou hit, oito unidades foram vendidas em uma semana

Recomendar
 Tweet
 +1

KARINE TAVARES (EMAIL)
 Publicado: 19/01/12 - 16h15

RIO - De cinco para oito apartamentos por semana. Foi esse o salto nas vendas do empreendimento Saint Germain anunciado pelo pai da Luiza, lá na Paraíba. Pode parecer pouco. Mas a "taxa Luiza" faria qualquer corretor de imóveis dar pulinhos de alegria. Afinal, vender tantos apartamentos de alto padrão em tão pouco tempo não é mesmo para qualquer um.

Localizado num bairro nobre da capital paraibana, Altiplano, o prédio tem 72 unidades, com cerca de 220 metros quadrados, quatro suítes e quatro vagas na garagem, com preços iniciais de R\$ 750 mil. São apenas dois apartamentos por andar e mais duas coberturas, que custam R\$ 1,2 milhão cada uma. Antes do comercial ser veiculado, 10 unidades haviam sido vendidas em duas semanas. Após Luiza no Canadá, foram oito vendas fechadas em sete dias. A expectativa da construtora Água Azul, responsável pelo empreendimento, era repetir a velocidade de venda de outro prédio do mesmo nível, que em cinco meses teve 90% das unidades vendidas. Mas o fenômeno Luiza mudou os planos.

- Esperamos liquidar as vendas logo - afirma uma das sócias da construtora, Rosa Virginia, que se apressou em trazer Luiza de volta do Canadá para fazer um novo comercial e, quem sabe, alavancar ainda mais as vendas.

O cachê será quatro vezes o que seu pai ganhou para fazer o primeiro comercial. E só. Pelo menos, por enquanto, Luiza não ganhará apartamento no empreendimento.

PUBLICIDADE

Aquecedor de Água a Gás Bosch • 8 Litros



Referência: 100247

Por: R\$ 412,09

15x R\$ 27,47

* NA SUA CONTA DE GAS.

Ganhe 1000iCoins

+15x Pontos

Confira as regras da promoção antes de aderir ao produto, no link: <http://migre.me/esp08>

AGORA EM DESTAQUE

Força Nacional chega a Florianópolis para tentar conter onda de ataques em SC



Número de atentados registrados em 16 dias no estado chegou a 100

Queda de meteoro na Rússia deixou mais de mil feridos, incluindo 200 crianças



Brasil Econômico – 20/01/2012

ASSINE BRASIL ECONÔMICO

Brasil Econômico

Definir como Página Inicial RSS Reset

IR PARA PORTAL ECONÔMICO PT

Busca

17:11 Sexta, 15 de fevereiro 2012

Home Mercados Economia Empresas Política Especiais Mídia Sociedade

Email

Senha

ok

Recuperar Senha

TV LED 40" Samsung 3D

a partir de R\$ 1.599 em até 10x

CLIQUE!

zoom zoom.com.br

Tendência

Empresas aproveitam Luíza para promover marcas

Brasil Econômico (redacao@brasileconomico.com.br)
20/01/12 18:47

Do Magazine Luíza à construtora concorrente do comercial que colocou Luíza, aquela do Canadá, no holofote das mídias sociais, diversas empresas pegaram carona na fama da garota.

A hashtag #LuízaEstanoCanadá entrou para a lista dos tópicos mais comentados no Twitter essa semana e rapidamente se tornou um fenômeno na internet. Entre os dias 12 e 15 de janeiro, o número de menções não ultrapassava 1.600 por dia.

Os dados são da Miti Inteligência, que realizou um mapeamento sobre como as empresas aproveitaram a repercussão do case Luíza para promover suas marcas.

Mas, a partir do dia 16, os números subiram exponencialmente, atingindo mais de 210 mil no dia 18 (quarta-feira).

A repercussão é vista também nas outras redes sociais. No Youtube, o vídeo mais exibido ultrapassava a marca de 2 milhões de visualizações no dia 18, mais de 3 milhões no dia 19 e mais de 4 milhões no dia 20. No Facebook, já foram criadas várias páginas sobre o tema, somando quase 60 mil curtir no total.

Os veículos de imprensa tradicional perceberam o fenômeno e veicularam diversas notícias a respeito. Foram mais de 1.500 matérias veiculadas do dia 13 ao dia 20 apenas nos veículos de notícias on-line.

"Atentas às redes sociais e avaliando a possibilidade de alcance do assunto, grandes marcas nacionais aproveitaram o momento para gerar engajamento dos usuários", comenta Elizangela Grigoletti, gerente de inteligência e marketing da Miti Inteligência.

"Envolver um assunto que está tão em alta, como o meme da Luíza, mostra aos usuários que a empresa inova também ao participar dos assuntos que estão em evidência nesses canais sociais, e isso só faz contribuir para o seu relacionamento com o consumidor."

A construtora concorrente da Água Azul, Brascon, aproveitou justamente esse gancho e veiculou um banner fazendo uso do meme. Com o título "Luíza, pode voltar. Tem empreendimento de primeiro mundo no Miramar", a empresa demonstrou ousadia na estratégia de marketing e ainda utilizou a hashtag que estava entre os assuntos mais comentados do Twitter.

Um exemplo de inovação na exploração da campanha é o da escola de idiomas Yáziqi, que tem 1.600 seguidores no Twitter e 1.015 fãs no Facebook. Embora não tenha uma grande repercussão das suas publicações no dia a dia, através da Luíza conseguiu potencializar esses resultados.

A criação de um aplicativo na sua Fanpage disponibilizando um jogo em que o usuário deve ajudar a Luíza a combater os monstros de uma montanha para conseguir chegar ao Brasil, já teve mais de 768 mil acessos.

O Magazine Luíza é um dos grandes exemplos de marcas que utilizam as redes sociais como peça chave no planejamento de marketing. A coincidência do case com a marca foi utilizada para promover um concurso #ALuízaNãoViu, que sorteará um prêmio de até R\$ 300 para a frase mais criativa sobre o que Luíza não viu no Canadá.

No dia 17, quando o case foi citado pela primeira vez, a repercussão das menções foi potencializada em quase 250%.

Entre elogios e críticas, o mapeamento comprova que assim como o fenômeno social Luíza, aproveitar as oportunidades de engajamento que as redes sociais podem proporcionar às marcas é fundamental para fortalecer sua presença nas redes e viabilizar um estreitamento nas suas relações com o consumidor.

Errata: O dado referente a 1.105 fãs corresponde ao Facebook, e não ao Twitter como informado anteriormente.



Luíza, a do Magazine, vai dar R\$ 300 para quem fizer frase mais criativa sobre o que a Luíza, a do Canadá, não viu

Comunidade

Partilhe: [Facebook] [Twitter] [LinkedIn] [Google+] [StumbleUpon] [Delicious] [Dribbble] [Flickr] [YouTube] [Vimeo] [SoundCloud] [Last.fm] [Bandcamp] [SoundCloud] [Last.fm] [Bandcamp]



PARA QUEM GOSTA DE CINEMA E DE FUTEBOL.

PASSE O MOUSE.

Últimas Notícias

- 16:32 Tereos investirá em cogeração para dobrar venda de energia
- 16:18 Vendas nos supermercados de SP cresceram 4,8% em 2012
- 16:00 Índice de cheques devolvidos retrai em janeiro
- 15:45 Lucro do Burger King cresce 94% no quarto trimestre
- 15:27 Anatel multa Oi em R\$ 34 mi por qualidade de serviço
- 15:21 Prazos para entrega de estádios serão cumpridos, diz Rebelo
- 15:00 Brasil Econômico: Taxa de Juros (Visão Global)

Preferência

+ Lidas + Comentadas

- Governo não aposta no bloco comercial dos EUA e UE 09:04
- Como o governo ressuscitou a inflação 07:19
- A natureza da crise financeira mundial 07:33
- A melhor forma para um negócio digital 07:38
- Confira as notícias que são destaque no Brasil Econômico 07:10

Edição Impressa

Brasil Econômico

Governo não vê futuro no acordo de comércio entre EUA e Europa

Assine Brasil Econômico

Informação que não tem preço por um preço especial para você.

Brasil Econômico

O jornal do seu tempo.

O Estado de São Paulo – Arquivo – 19/01/2012

ESTADÃO.COM.BR/Blogs

NOTÍCIAS | POLÍTICA | ECONOMIA | ESPORTES | LINK | DIVIRTA-SE | PME | Opinião | Acervo | Rádio | Eldorado | ESPN | Piauí

São Paulo | Brasil | Internacional | Saúde | Ciência | Educação | Planeta | Cultura | Paladar | Aliás

Onde tem assunto

CLASSIFICADOS ESTADÃO É RÁPIDO, FÁCIL E EFICAZ!

ARQUIVO ESTADO
Memória, Preservação e Acervos

SEM CATEGORIA 19.janeiro.2012 21:59:00

Senadores se reúnem, menos Sarney... que está no Canadá

Nem só Luiza deixou de participar de uma reunião por estar no Canadá.

O Estado de S.Paulo – 15/5/1996

Senadores discutem mudanças em MPs

BRASÍLIA — Senadores de vários partidos começam, hoje, a preparar o texto da emenda constitucional que vai disciplinar o uso de medidas provisórias pelo governo. Eles vão examinar cinco propostas que tramitam no Senado. O senador Josaphat Marinho (PFL-BA) será o relator dos trabalhos, que serão coordenados pelo presidente do Senado, José Sarney (PMDB-AP). A essa primeira reunião Sarney não comparecerá, porque está no Canadá.

ASSINE ESTADÃO IMPRESSO + DIGITAL POR 8 MESES E GANHE 40% DE DESCONTO

QUER VENDER SEU CARRO, IMÓVEL OU FAZER NEGÓCIO?

Buscar no blog

Acompanhe

Siga o Arquivo Estadão: [twitter@estadaoarquivo](#) e [facebook/arquivostadao](#)

Jornal Extra – 19/01/2012

EXTRA5 Fotos Vídeos Promoções Assinatura Digital Classificados O Globo Princípios Editoriais Login Cadastro

CAPA NOTÍCIAS POLÍCIA EMPREGO FAMOSOS MULHER TV E LAZER CASA ESPORTE Busque no Extra

Notícias Brasil

19/01/12 18:04 19/01/12 19:16

Piada sobre volta de 'Luiza' acaba em demissão no Planalto

Luiza Damé - O Globo

BRASÍLIA - A febre na internet "menos Luiza que está no Canadá" acabou invadindo o twitter oficial da Secretaria de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República. Um servidor que alimentava o microblog reproduziu um comentário da Revista Piauí, citando o ex-governador José Serra, adversário da presidente Dilma Rousseff na eleição de 2010.

O @imprensaPR publicou por volta de 16h, o post "Com a volta da Luiza, quem tá indo para o Canadá é o Serra... <http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/herald/internacional/serra-va-para-o-canada...>". Menos de meia hora depois, o comentário foi retirado do ar e substituído por um pedido de desculpas: "@imprensaPR Imprensa Presidência Pedimos desculpas a todos pela publicação não autorizada, hoje, neste perfil, do retuíte indevido de um site humorístico".

O servidor disse que pensava estar em seu endereço pessoal e, por isso, reproduziu a brincadeira da Revista Piauí. Ele pediu demissão. O pedido foi aceito.

1 comentário

Isto é que é censura, aliás quem paga essa internet somos nós brasileiros, não se pode publicar o que se pensa, então porque não retirar a participação de lá do twitter?

FALANDOSÉRIO, há 1 ano

Comentar Ler todos

Você é responsável pela sua opinião.

dafiti ATÉ 70% OFF SAPATÊNIS A PARTIR DE R\$ 69,90 COMPRE AGORA

O GLOBO
PAÍS
17:07 SEXTA 15.02.2013

| LOGIN | CADASTRE-SE
PESQUISAR

CAPA **PAÍS** RIO CARNAVAL 2013 ECONOMIA MUNDO CULTURA ESPORTES MAIS +

TÓPICOS DE PAÍS TRAGÉDIA EM SANTA MARIA • MENSALÃO • COMISSÃO DA VERDADE

ela PATRICIA KOGUT rioshow EXTRA CLASSIFICADOS




COMPRE AGORA
*VÁLIDO APENAS PARA PRODUTOS SELECIONADOS

FORÇA NACIONAL CHEGA A FLORIANÓPOLIS PARA CONTER ATAQUES EM SANTA CATARINA

MARINA NÃO CONSEGUE ATRAIR POLÍTICOS PARA PARTIDO

PUBLICIDADE

Serra responde piada publicada no Twitter da Presidência

· Servidor postou comentário dizendo que o tucano 'tá indo para o Canadá'

Recomendar 22 Tweet 36 +1 4

O GLOBO (EMAIL)
Publicado: 20/01/12 - 9h45 Atualizado: 20/01/12 - 9h50

33 minutos ago

Joseserra José Serra
Justiça em Alagoas: 5 homens condenados pela morte de Ceci Cunha, ocorrida há 13 anos. O mandante, Talvané Albuquerque, pegou 103 anos de prisão
49 minutos ago

Joseserra José Serra
Ah, sim, queria avisar o Planalto que não fui ao Canadá, até porque a Luiza voltou.
12 hours ago

Joseserra José Serra
Aceito a desculpa pelo que aconteceu com o twitter do Planalto. O autor reconheceu o erro e não há motivo para demiti-lo. Assunto encerrado
12 hours ago

Joseserra José Serra
Decisão correta do Banco Central de reduzir os juros básicos em 0,5%. Mas continuamos com o maior juros real do mundo economia.uol.com.br/ultimas-notici...
19 hours ago

Joseserra José Serra

ativeluz: 5h
Narrador ago

Following view a

About Help Blog Map
Sponsored Advertisers
Recursos © 2012 Twi...

Serra diz que não vai para o Canadá, em resposta à piada postada no Twitter da Presidência Reprodução / Twitter

AGORA EM DESTAQUE

Força Nacional chega a Florianópolis para tentar conter onda de ataques em SC



Número de atentados registrados em 16 dias no estado chegou a 100

Queda de meteoro na Rússia deixou mais de mil feridos, incluindo 200 crianças



Onda de choque balançou prédios na região dos Montes Urais. Rocha teria cerca de 10 toneladas. Assista ao vídeo com o momento da queda.

Rocha teria até 2 m de diâmetro, diz



RIO - O ex-governador José Serra respondeu na noite de quinta-feira a mensagem reproduzida por um servidor no twitter oficial da Secretaria de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República. O funcionário que alimentava o microblog reproduziu um comentário da Revista Piauí, que dizia que, com a volta de Luiza, quem iria para o Canadá era o tucano. A piada foi baseada na expressão "menos Luiza, que está no Canadá?", febre na internet durante esta semana.

"Ah, sim, queria avisar o Planalto que não fui ao Canadá, até porque a Luiza voltou. Aceito a desculpa pelo que aconteceu com o twitter do Planalto", escreveu Serra, adversário da presidente Dilma Rousseff nas eleições de 2010, em seu perfil no Twitter.

A Presidência pediu desculpas pela publicação da mensagem. O servidor disse que pensava estar em seu endereço pessoal e, por isso, reproduziu a brincadeira da Revista Piauí. Ele pediu demissão. O pedido foi aceito.

"O autor reconheceu o erro e não há motivo para demiti-lo. Assunto encerrado", disse Serra em outra mensagem postada no microblog.

Links patrocinados

notícias	esportes	entretenimento
 <p>Choque com albatroz deixa rombo no bico da aeronave com 9 tripulantes</p>	 <p>Luíza conta que não estava no Canadá no seu jogo inesquecível: 'Saí na rua'</p>	 <p>Ana termina com Rodrigo pelo bem de Júlia e o revolta em 'Vida da Gente'</p>
 <p>C. Concorde corre risco de afundar; capitão pode pegar 12 anos de prisão</p>	 <p>'Casillas brasileiro' conta que quase travou antes de pedido de casamento</p>	 <p>Revista libera mais um aperitivo de Vivi Araújo como veio ao mundo</p>
 <p>Roubo de 94 projetores da ponte estaiada, em SP, causa prejuízo de R\$ 1 mi</p>	 <p>De Telê a Ceni, álbum do São Paulo lembra todos os ídolos em 86 figurinhas</p>	 <p>Gabriel Braga Nunes conduz manada de 600 búfalos em nova novela</p>
<p>EUA: pergunta sobre casamento aberto e amante irrita pré-candidato republicano</p>	<p>Perto de perder D'Ale e Iلسinho, Inter quer fechar rápido com Dátolo e L. González</p>	<p>Sabrina Sato vai comemorar aniversário na quadra da Vila Isabel, segundo jornal</p>
 <p>Mulheres são presas após polícia achar 128 cães dentro de dois veículos</p>	 <p>Ucranianos fazem jogo duro para liberar ex-Inter Giuliano para o Grêmio</p>	 <p>Thiaguinho não se segura e chora em um dos shows de despedida do Exalta</p>

Jornal da Globo – 20/01/2012

globo.com notícias esportes entretenimento videos

e-mail central globo.com assine já todos os sites

JORNAL DA GLOBO Jornal da Globo

Colunistas Conecte Charge do Chico Especiais VC no JG Fale Conosco Redação Vídeos Princípios editoriais

Edição do dia 19/01/2012
20/01/2012 00h45 - Atualizado em 20/01/2012 00h45

Frases e vídeos da internet ganham popularidade cada vez maior

Com computadores mais baratos e cada vez mais gente teclando no celular, a internet está na boca do povo.

Rodrigo Alvarez
São Paulo, SP

Tweetar 20 | Recomendar 32



Como e por qual razão vídeos ou frases postadas na internet viram fenômeno de popularidade? O mais novo é a jovem Luíza, que estava no Canadá. Pelas ruas de São Paulo, Luíza é reconhecida, com seu sorriso simpático e uma timidez de quem jamais se preparou para a fama.

Luíza estudava inglês em Barrie, no Canadá, quando uma frase do pai mudou sua pequena história. Foi há nove dias, em uma propaganda de TV na Paraíba. "Minha

família não estava completa, estava faltando Luíza. Por isso que o publicitário chegou e falou 'vamos colocar uma foto dela e talvez a gente faça uma menção dessa ausência dela'", disse o pai.

PUBLICIDADE



Jornal da Globo

veja tudo sobre >

Dilma Rousseff comandará primeira reunião ministerial de 2012

HÁ 8 HORAS

Cinco são condenados por morte de deputada federal em Alagoas

HÁ 9 HORAS

Ladrões roubam iluminação de ponte estaiada em São Paulo

HÁ 9 HORAS

Rick Perry desiste de vaga para eleições presidenciais dos EUA

Fã Clube Oficial da Luiza do Canadá no Twitter – 27/02/2012

The image is a screenshot of a Twitter profile page for 'FC Oficial Lu R.' (@fcluizacanada). The profile header includes the name, handle, a bio, and statistics: 263 tweets, 2 following, and 20 followers. The bio reads: 'Primeiro Fã Clube Oficial da Luiza. Seguido por ela mesma desde o dia 26/01/2012! Respondido a primeira vez 30/01/12. Brasil'. Below the header is a 'Tweet to FC Oficial Lu R.' section with a text input field containing '@fcluizacanada'. To the left of the main content is a sidebar with navigation options: Tweets, Following, Followers, Favorites, Lists, and Recent images. Below this is a 'Similar to FC Oficial Lu R.' section listing three users: Paulo Germano (@paulogermano_PG), Amanda Yasmin (@Amandayasmin_), and Daniel Nobre (@danielsnobre). The main content area displays a list of tweets from the account, all dated '10h'. The tweets are: 'como faz para dormi sem sono e acorda cedo amanhã?', 'Sem sono nenhum...', 'é muito amor e carinho por uma pessoa só! @lumrabello s2', '@lumrabello tipo "intercambio"? vai ficar quanto tempo fora?', '@lumrabello em Julho vai fazer outra viagem para continuar os estudos em inglês é princesa?', '@lumrabello hahaha "*" estou aqui te esssssperando! s2' (with a reply arrow pointing to '@lumrabello'), and 'Que a semana começe cheia de energias positivas! #BoaNoite'. The profile picture and several tweets are marked with red heart icons. The background of the profile page features a collage of photos of a woman, likely Luiza, with red heart icons overlaid on them.