

TRANSFORMAÇÕES DO ACONTECIMENTO NAS REDES SOCIAIS:

das mobilizações contra a homofobia à crise de dupla sertaneja

Copyright © 2012
SBPjor / Associação
Brasileira de
Pesquisadores em
Jornalismo

RONALDO CESAR HENN

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

KELLEN MENDES HÖEHR

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

GABRIELA INÁCIO BERWANGER

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

RESUMO - O trabalho apresenta resultados preliminares de pesquisa que investiga a constituição de acontecimentos através das redes sociais na internet. Já existe uma especificidade de acontecimento que atende as lógicas da rede, principalmente aqueles cuja produção e difusão se dão a partir de plataformas e ferramentas digitais e *on-line*. Esse artigo investiga dois casos: o da dupla de cantores de música sertaneja brasileira, Zezé di Camargo e Luciano, que, a partir de desentendimento ocorrido em show na cidade de Curitiba, anunciaram o final da parceria. A imagem foi imediatamente postada no *YouTube* e repercutida nas redes sociais, o que gerou intensa conversação sobre o episódio até converter-se em acontecimento jornalístico nas mídias tradicionais. Também analisa a organização de protesto contra a agressão sofrida por casal homoafetivo em rua de São Paulo em 2011, totalmente trabalhada pelo *Facebook*. A partir do conceito de semiose de Charles Sanders Peirce, desenha-se o mapa de construção desses acontecimentos com as articulações no interior da rede até as produções de sentidos que desencadeiam. Os acontecimentos tratados contêm como elemento comum o papel de protagonista que as redes sociais tiveram na sua constituição. Eles possuem a natureza da rede e enquadram-se naquilo que se compreende agora como ciberacontecimento, categoria que lança novos desafios para a prática do jornalismo.

Palavras-chave: Acontecimento. Ciberacontecimento. Redes sociais. Internet.

TRANSFORMATIONS OF THE JOURNALISM EVENT IN SOCIAL NETWORKS from the mobilizations against homophobia to the crisis of a country music duo

ABSTRACT - This paper presents the preliminary results of a research that investigates the creation of events through social networking sites on the Internet. There is already a specific type of event that serves the logic of these networks, especially those whose production and distribution take place based on online platforms and digital tools. This paper investigates two cases: the first concerns the duo of Brazilian country music singers, Zezé di Camargo and Luciano, who, after an argument that occurred in a concert in the city of Curitiba, announced the end of the partnership. The video was posted on *YouTube* and was immediately spread through the social networks, which generated intense conversation about the episode until it became a journalistic event in the traditional media. This paper also examines the organization of a protest against the attack on a homoaffective couple in a street of São Paulo in 2011, completely worked on by *Facebook*. Based on Charles Sanders Peirce's concept of semiosis, a map of the construction of these events is drawn with its various ramifications, from the articulations within the network to the production of meanings that they develop. The events studied have as an element in common the leading role that social networks had in their constitution. They possess the nature of the network and are framed in what is understood now as cyberevents, a category that poses new challenges to the practice of journalism.

Keywords: Events. Cyberevents. Social networks. Internet.

CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

As teorias do acontecimento, em geral, o situam no patamar da surpresa e da imprevisibilidade. Algo que irrompe “da superfície lisa da história” (no entendimento de Rodrigues, como se fosse possível existir uma superfície lisa na história), que gera uma descontinuidade em fluxo contínuo (QUERÉ, 2005), ou mesmo que se constitui como uma singularidade instauradora de dobras paradoxais (DELEUZE, 1998). Há, nessa perspectiva, um componente que coloca o acontecimento no mesmo nível da informação, entendida nos termos da Teoria da Informação. Quanto maior a força surpreendente ou desestabilizadora do acontecimento, mais informação ele porta. E é nesse registro que o acontecimento jornalístico, traduzido em informação jornalística, encontra sua principal configuração.

Entretanto, esse amálgama que se impõe até mesmo como senso comum, necessita de algumas distensões. Normalmente a força do acontecer vincula-se à concretude dos fatos e suas construções. Há uma imposição de algo que se dá no plano do índice, no sentido de Charles Sanders Peirce (2002), daquilo que se convencionou chamar como mundo real. Compreende-se que esse não é o único lugar lógico do acontecimento: ele habita um plano semiótico mais vasto que vai da mera percepção qualitativa do mundo até a elaboração de ideias.

Postula-se, nesse sentido, que o acontecimento não seja necessariamente da ordem de um real, entendido como mundo movido por forças naturais e sociais. As manifestações da cultura e da linguagem que constituem aquilo que Iuri Lotman (1999) chama de semiosfera são portadoras, também, de força *evenemencial* exatamente pela potencialidade de concentrarem grande ímpeto informacional (HENN, 2010).

Os ambientes semióticos constituídos pela cultura popular massiva, normalmente marcados pela redundância, também produzem ondas *evenemenciais* ou por processos que são da própria natureza da cultura e do acontecimento em si, ou por estratégias mercadológicas que buscam visibilidade e inserção dos produtos culturais. Diante disso, pode-se dizer que, dentre as várias possibilidades de acontecimento jornalístico, pelo menos duas situações entrecruzam-se. Uma que diz respeito ao pulular das dinâmicas sociais e outra na efervescência dos processos culturais contemporâneos. Essas duas dinâmicas de acontecimento passam agora por transformações profundas em termos de constituição por conta da proliferação intensa da comunicação em rede e da consolidação das redes sociais na internet.

Entende-se que há relações intrínsecas entre os modos de

acontecer e o ambiente midiático em que eles processam-se. Já na década de 1970, o historiador Pierre Nora (1979) sugeria que existem acontecimentos portadores de elementos específicos correspondentes às mídias que lhes são contemporâneas. O Caso Dreyfus, na França, por exemplo, estaria para o nascedouro da imprensa moderna; a eclosão da Segunda Guerra para o rádio; e a chegada do homem à Lua para a televisão. Cada situação midiática transforma um pouco a natureza do acontecimento que passa a conter, nele próprio, as dinâmicas dos meios em que se engendra. Esse pensamento pode também ser associado àquilo que se pode inferir das ideias seminais de Marshal McLuhan e Walter Benjamin. Ambos, de lugares epistemológicos distintos, percebem os meios como transformadores da percepção e da nossa relação com o mundo: mudanças cognitivas fundamentais em McLuhan (1974) e ações no espaço/tempo atualmente intensamente mediadas, situação antecipada por Benjamin (1982) ao problematizar as transformações produzidas pela fotografia e cinema (SENRA, 1993).

Em tempos de movimentações tecnológicas, com *web*, telefonia móvel, captação e transmissão disseminada das imagens e dos sons, o acontecimento, parece sofrer profundas metamorfoses e concentra em si novos problemas. Este cenário, além de instituir a urgência de outros olhares sobre as perspectivas teóricas que tratam da emergência do acontecimento jornalístico, também configuram mudanças nas práticas profissionais.

Desde a popularização da internet a partir da década de 1990, o jornalismo passou a migrar para a rede e a apresentar dinâmicas próprias¹. Neste período já foram identificados formatos e mesmo gerações de jornalismo que atendem uma série de especificidades (MIELNICZUK, 2004). Alterações profundas nos processos de produção e consumo de notícia passam a mudar a fisionomia do jornalismo. Uma dessas mudanças é a maior interferência dos públicos no processo noticioso, conquistada pela popularização do acesso e pela simplificação das tecnologias que favorecem a publicação e cooperação na rede (PRIMO; TRÄSEL, 2006).

Ainda na década de 1990, um acontecimento ganhava contornos a partir da *web*: o escândalo envolvendo o ex-presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, e a então estagiária da Casa Branca, Mônica Lewinski. Ignácio Ramonet (1999) chama a atenção para a mudança que o episódio significou no comportamento do jornalismo. O gerente de uma loja de conveniência no edifício da rede de televisão norte-americana CBS noticiou o escândalo em primeira mão postando no seu blog, o *The Drudge Report*, o conteúdo das conversas telefônicas gravadas

pela amiga e denunciante de Lewinsky, Linda Tripp. O jornalista Michael Isikoff, da revista *Newsweek*, acompanhava o caso e havia hesitado em difundir as conversas em busca de uma melhor apuração dos fatos. Foi surpreendido. A internet, desde então, passava a alterar as formas tradicionais de produzir e consumir informação.

No dia 14 de abril de 2009², notícia publicada no G1 dava conta do extraordinário sucesso de uma desengonçada caloura no programa de TV inglesa *Britain's Got Talent* cujo vídeo havia sido acessado até aquela data mais de 2 milhões de vezes no *YouTube*. Notícia idêntica saiu nos portais UOL³ e Terra⁴ desencadeando uma série de novas matérias que seriam publicadas com intensidade ao longo de dois meses, temperadas com novos ingredientes. Susan Boyle, a cantora em questão, transformou-se em celebridade instantânea e sua história começou a ser destrinchada a partir de então, acompanhada dos lances oriundos do seu novo périplo: a condição de favorita diante de outros concorrentes, possíveis contratações para gravação de disco, convites para participar de produções cinematográficas.

No dia 21 de abril, matéria publicada no UOL⁵ informava que a cantora havia recebido oferta de 1 milhão de dólares para protagonizar um filme pornográfico e que, naquela altura, o vídeo do programa já contava com mais de 100 milhões de acessos. “Uma estrela nasceu da noite para o dia no ciberespaço, onde o vídeo da apresentação de Boyle foi visto mais de 100 milhões de vezes no *YouTube*, segundo calculam a edição eletrônica de *Mail on Line* e o jornal *The Sun*, o mais lido na Grã-Bretanha”, acentuava o texto. No dia 24 de maio, a cantora escocesa continuava emplacando no noticiário *on-line* que agora versava sobre sua segunda apresentação no programa de talentos e sua classificação para a final. No dia 30 de maio, enquanto apresentava-se na final da competição interpretando “I Dreamed a Dream”, já começavam a circular notícias nos portais que destacavam a sua performance e a emoção que causou na plateia. Na sequência, a decepção: o favoritismo de Boyle havia sido derrotado por um grupo de dança de rua juvenil. O assunto ficou uma semana no ar com todo o tipo de especulação possível em torno dos prováveis distúrbios mentais da cantora, que chegou a ser internada por conta do esgotamento que sofreu às vésperas da final.

Susan Boyle converteu-se em um acontecimento típico da internet. Mesmo que originalmente tenha se apresentado em programa tradicional de televisão, o interesse em torno da personagem começou na medida em que seu clipe disseminava-se pelo *YouTube* e virava alvo de inúmeros acessos. Ato contínuo, notícias sobre o “patinho feio” que surpreendeu e

encantou um auditório de TV começaram a pipocar nos portais aumentando de forma exponencial o interesse pelo assunto. O frisson foi tão intenso que fez com que a cantora ficasse diariamente no ar, e com destaque, ao longo de dois meses, virando uma espécie de “mania” global.

O episódio em tela contém os elementos que o configuram como acontecimento: ruptura nos quadros de normalidade social e com expectativas institucionais, além de ser inesperado (BABO-LANÇA, 2006). Agrega, também, um componente essencialmente midiático: trata-se de algo constituído nas lógicas de um programa televisual. Mas o que tornará este episódio um acontecimento será seu poder de propagação através da *web*, primeiro pelo *site* de compartilhamento de vídeos *YouTube* e depois pela repercussão nas redes sociais e nos portais de notícia.

Saindo da superfluidade, outros acontecimentos recentes chamam a atenção pela forma da sua constituição. Destacam-se as manifestações da oposição derrotada supostamente por fraude nas eleições do Irã ocorridas em junho de 2009. Toda a mobilização dos opositoristas articulou-se por redes sociais como o *Facebook*, pelos *blogs* e pelo *Twitter*. Ao mesmo tempo, as violências das forças repressivas aos protestos foram registradas e difundidas através de aparelhos móveis. Matéria do *New York Times* reproduzida no UOL⁶ em 16 de junho informava que

no *Twitter*, as reportagens e links para fotos de uma marcha pacífica em massa por Teerã na segunda-feira (15), juntamente com relatos de combates nas ruas e vítimas por todo o país, se tornaram o assunto mais popular no serviço em todo o mundo, segundo as estatísticas publicadas pelo *Twitter*.

No mesmo dia, outra matéria do UOL⁷ acentuava que

com o bloqueio do acesso a diversas páginas na internet, iranianos adotaram a postura de utilizar ferramentas online para tentar driblar a censura do governo e propagar informações, imagens e vídeos do clima de tensão no país. Os sites mais populares têm sido o *Twitter* e o *Facebook*, mas iranianos também têm usado o *YouTube*, o *Flickr* e o *MySpace* para postar material, por meio de ferramentas que driblam os bloqueios impostos pelas autoridades iranianas.

Têm-se aqui duas facetas de um acontecimento que se complementam. Em primeiro lugar, a geração dos fatos (manifestações públicas de protesto) foi articulada por meio de dos vários dispositivos da internet. Em segundo, a própria divulgação destes protestos, com a respectiva repercussão na mídia tradicional, deu-se por meio destes dispositivos, o que dá a este acontecimento ingredientes inéditos de configuração e propagação. Neste cenário propõe-se o termo ciberacontecimento para designar acontecimentos que se constituem a partir de lógicas específicas

das plataformas instituídas no ambiente digital tanto no que diz respeito à sua produção quanto à sua disseminação.

Ao longo de 2011, o conjunto de acontecimentos designados como Primavera Árabe, as insurgências na Europa e o movimento global conhecido como *Occupy Wall Street* tiveram como protagonistas as redes sociais. Em agosto de 2011, em função das ações populares que se proliferaram sobretudo em Londres, o primeiro ministro britânico, David Cameron, chegou a anunciar a intenção de suspender ou limitar o acesso às redes sociais, como *Twitter* e *Facebook*, além do serviço de mensagens do BlackBerry, o BBM. Na área do entretenimento não cessam de eclodir situações em que a comunicação em rede aparece agora como fonte originária de acontecimentos.

Esses processos são pensados dentro de uma lógica oriunda da Teoria dos Signos de Charles Sanders Peirce (2002). A semiose é a ação do signo em todos os seus desdobramentos, não apenas o que se estabelece na fruição de um signo qualquer com um provável intérprete, mas também o conjunto de atividades semióticas anteriores à sua produção específica com todos os potenciais sentidos produzidos numa perspectiva muito ampla de tempo. Isso inclui até mesmo ações concretas, como mobilizações sociais motivadas por determinadas articulações de signos. Nas práticas jornalísticas, cada etapa dos processos pode ser entendida como atividade interpretante: a pauta para apuração de uma notícia é um signo que será ampliado na atividade interpretante do repórter, do editor e depois do usuário no contato com a notícia, produzindo repercussão social (HENN, 1996). Esse conjunto é uma semiose: geração ininterrupta de signos a partir de determinados polos propulsores, que são os objetos dinâmicos ou semióticos.

Entende-se que o acontecimento atua como um desses polos. Ele concentra em si a força propulsora da semiose: apreendido na condição de signo, o irromper da sua existência desdobra-se em infinitas possibilidades de desvendamento do objeto em que encarna. Nas diversas definições de signos oferecidas por Peirce, há sempre a ênfase na relação triádica de um objeto que se traduz em signo e que, a partir dessa tradução, gera novo signo, um interpretante que, por sua vez, gera outros de forma potencialmente infinita. O acontecimento, nas práticas jornalísticas, ocupa o lugar lógico do objeto, que implica também sua própria transformação em signo.

Locado no lugar do objeto, o acontecimento oferece-se à experiência: forma-se a partir deste vínculo. Por meio dele, traduz-se em signos e instaura possibilidades de sentido ampliando a própria

experiência: o acontecimento transforma-se em fato. Dos signos emergem os interpretantes, que podem ser tanto sentidos que se traduzem e desdobram-se em outros (aspecto que implica uma ampliação da significação) como ações concretas no mundo.

Do ponto de vista do objeto, o acontecimento possui diversas gradações. Desde os “naturais”, geralmente cataclismos ou acidentes, produtores de desordens ambientais e sociais, até os já midiaticamente constituídos. De qualquer maneira, em termos de percepção pública, o acontecimento mesmo assim configurado estaria no nível do objeto. Na medida em que ele gera relatos entra-se no domínio do signo que, neste caso, estrutura-se como narrativa, que pode ser uma fala pública em torno do ocorrido ou uma representação midiaticamente constituída.

O acontecimento desta forma faz parte, como entende Alsina (1989), da construção social da realidade já que ele seria formado pelos elementos exteriores ao sujeito (objeto) que passa a reconhecê-lo e constituí-lo como acontecimento. Ele só tem sentido na medida em que afeta sujeitos ou, como diria Queré (2005), agindo no campo da experiência (que o transforma em signos).

Será por meio da sua transformação em signo que o acontecimento materializa-se publicamente, mediação essa que se coloca também como via de acesso metodológico à própria constituição do acontecimento. Neste ínterim é que se vislumbra uma diferença do acontecimento tecido no âmbito dos *mass media* tradicionais e dos que se proliferam agora pela *web*. No modelo anterior havia uma unilateralidade do processo, o que coloca o objeto do signo/acontecimento na condição lógica potencialmente exterior ou determinante. Já a semiose disparada tendia a determinadas acomodações que dependeriam do grau de reverberação pública conquistado (HENN, 2011).

No atual modelo temos um objeto que se produz na interioridade do meio, que se transforma em lugar lógico e virtual de sua constituição. O acontecimento já é essencialmente sígnico e a semiose vai se dar, em grande medida, na própria materialidade do meio em um processo de intensificação coletiva da produção do signo/acontecimento.

Primeiro caso

No dia 2 de outubro de 2011, a *Folha Online*, o G1 e outros portais de notícias narravam acontecimento que se tornou bastante comum na região da avenida Paulista, cidade de São Paulo. Um casal gay foi espancado durante a madrugada depois que saiu de um bar. A agressão resultou em escoriações sérias em um deles, com suspeita de

traumatismo craniano. No mesmo dia começou intensa movimentação nas redes sociais com protestos veementes contra a homofobia. Há iniciativas no Congresso brasileiro de fazer tramitar projeto de lei que criminaliza ações consideradas homofóbicas. Setores neocristãos do Parlamento, entretanto, inviabilizam o avanço da proposta. O movimento que se articulou pelas redes, sobretudo o *Facebook* e o *Twitter*, teve como foco dar visibilidade a essa discussão.

Na perspectiva de Louis Queré (2005), o acontecimento contém em si duas dinâmicas: o estabelecimento de uma descontinuidade e o poder de revelação. Ele possui força hermenêutica no sentido de que, a partir da sua emergência, todo um processo de discussão institui-se. Na medida em que o acontecimento afeta pessoas, ele é vivido no campo da experiência e instaura um campo problemático. A percepção do nível de afetação mobiliza a transformação do acontecimento vivido no campo da experiência para o acontecimento jornalístico.

Para França e Almeida (2008), o acontecimento importa por suas consequências, pela maneira como penetra na vida social, transformando-a. Caracteriza-se, sobretudo, pela interferência nos comportamentos e pelo atravessamento que produz na experiência daqueles que o sofrem. Ao projetar um horizonte de sentido que lhe é próprio, o acontecimento cria um contexto institucional de sentido que convoca os indivíduos a assumirem um posicionamento. Mesmo que individualmente haja uma experiência singular do acontecimento, existe a experiência coletiva que gera o ambiente interpretante em que as possibilidades de sentido ganham contornos mais efetivos. Ao se configurar como mediação, o acontecimento passa a se instituir como uma experiência pública. Com as redes sociais, essa experiência é intensamente compartilhada, mesmo que de forma mediada: sentidos coletivamente construídos e agindo sobre o jornalismo convencional.

Essa situação confere outro patamar de experiência pública. Nos modos de recepção tradicional já havia a perspectiva da construção de um problema público ou de um campo problemático “a ser tratado e resolvido pela ação coletiva dos atores, das instituições e/ou dos poderes públicos ou políticos” (BABO-LANÇA, 2006). Na rede esse processo aciona outras potencialidades.

O acontecimento em questão desdobrou-se em outro: uma manifestação pública, uma semana depois, no local em que ocorreu a agressão. O protesto foi articulado por amigos do casal e ativistas do movimento LGBT e teve como palco inicial o *Facebook*. Na página especialmente criada para a mobilização, chamada *Todo mundo gay no*

Facebook⁸ (Figura 1) organizou-se a manifestação com adesão inicial de 3.268 pessoas. Realizado no sábado, dia 9 de outubro de 2011, às 23h, o protesto teve uma adesão presencial pequena (algo em torno de 100 pessoas), mas gerou um acontecimento jornalístico coberto por todos os principais portais e veículos do jornalismo tradicional. Com velas coloridas, faixas de protesto e purpurina no chão, os participantes reivindicaram a aprovação do PLC n. 122, o “Projeto de Lei por um Brasil sem Homofobia”, de difícil tramitação no parlamento.

Figura 1 - Grupo criado no Facebook



A partir dessa visibilidade, os perfis e grupos identificados com a causa geraram debate: *Não homofobia*⁹, *Ato anti-homofobia*¹⁰ e *Homofobia não*¹¹. Utilizando a *hashtag* #homofobianão a discussão teve sequência e culminou, no final de outubro de 2012, com a assinatura de protocolo de intenções entre o Ministério da Justiça, Ministério dos Direitos Humanos e os estados federativos do Brasil para uma ação conjunta no enfrentamento da homofobia.

As redes sociais não só introduziram ao longo dos anos 2000 novas formas de sociabilidade como também de produção e circulação de informação. O *Twitter* está entre as ferramentas mais populares de redes sociais. Sua principal característica é a de funcionar como um *microblog* que comporta postagem de mensagens que contenham no máximo 140 caracteres. Pessoas físicas e jurídicas, nos seus mais diferentes matizes, constroem perfis que se vinculam entre si por meio de uma sistemática de seguidos e seguidores. A partir da pergunta “What is happening?” (o que está acontecendo?), as mensagens tanto

podem se referir a relatos prosaicos do cotidiano das pessoas como à difusão e comentário de acontecimentos jornalísticos. Com uso do sustenido (#) é possível criar uma *hashtag* que aponta para uma página comum. No caso em análise, a *#homofobianão* passou a ser usada pela maioria dos perfis que se referiram ao acontecimento. Os termos ou *hashtag* são constantemente classificados em um *ranking* chamado *trend topics* em que aparecem os dez assuntos mais comentados no momento. A ferramenta sofisticou-se e hoje é possível ter uma lista só com os *tweets* brasileiros; e já há classificações regionais para cidades como Rio de Janeiro e São Paulo.

Esta dinâmica estabelece uma conversa coletiva que é ao mesmo tempo dialógica e narcísica, na medida em que há um capital social envolvido nas postagens, como bem propõem Raquel Recuero e Gabriela Zago (2011). As autoras lembram que o capital social, como forma de capital, é produto de investimento dos indivíduos em suas redes e da construção de valor nesses espaços; e transforma-se no *Twitter* em ingrediente fundamental da sua constituição, já que ele é capaz de gerar valores na sua apropriação. Estar vinculado a um determinado assunto de forma pública revela implicações simbólicas no sentido da visibilidade proposital desse vínculo.

A configuração do *Twitter* atualiza postulado que a chamada Escola de Munique nas teorias de jornalismo alemã havia compreendido na essência do jornalismo na década de 1960, conforme sistematizaram Hanno Beth e Harry Pross (1987). Os autores dessa escola (Hans Braun, Otto B. Roegele e Heinz Starkula) incluem em seu campo de trabalho na perspectiva do jornalismo como ciência “a forma mais ampla de contato humano a qual mediante a fala, a audição e a compreensão se efetua o encontro e a influência recíproca, a troca constante de agendas e o intercâmbio de conteúdos espirituais” (PROSS; BETH, 1987). Por conta disso, eles entendiam o jornalismo como a conversa contemporânea da sociedade e defendiam que o termo “periodismo” (*zeitung*) não só designa um meio técnico, mas um fenômeno primogênito da comunicação social. As redes sociais contemporâneas parecem levar esse postulado a consequências bem mais intensas.

Segundo caso

No campo do entretenimento, teve destaque na mídia brasileira no ano de 2011 o caso da possível separação da dupla sertaneja Zezé Di Camargo e Luciano. O acontecimento teve origem na *web*, ganhando força no *Twitter*. Levaram-se em conta todas as matérias relacionadas

ao tema, divulgadas pelos portais G1¹² e R7¹³. Trata-se de um exemplo significativo da construção de um acontecimento que ganha dimensões de outra ordem nessa plataforma.

Durante a apresentação da dupla, no dia 27 de outubro de 2011, no Teatro Guaíra, 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 o irmão Zezé 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, e divulgou uma reportagem no canal de vídeos no mesmo dia do ocorrido (27/10/2011), porém foi o vídeo de um fã o mais utilizado nas matérias jornalísticas de outras emissoras.

A partir daí, a notícia espalhou-se, 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”. As postagens dividiam-se entre comentários sobre o desentendimento, afirmações de que a dupla terminaria, lamentos dos fãs que não acreditavam na informação e considerações no registro do humor.

Os *trending topics* Brasil do dia 28 de outubro revelam o que estava acontecendo no dia após o acontecimento. Paralelo a isso, Luciano saiu do show e foi internado, com a suspeita de que havia ingerido muitos medicamentos depois da declaração ao vivo. Porém, a versão da família é que o cantor estava muito estressado e tomando remédios para emagrecer, situação potencializada em função da briga com o irmão Zezé.

No *Twitter*, os *trending topics* funcionam como um filtro dos assuntos mais comentados entre os atores na rede, que usam *hashtags* “#” ou não para centralizar o tema em questão. Esse filtro tem 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 no *Twitter*, que se entrelaçam e se permutam, num movimento de negociação dos signos.

Na perspectiva de Santaella e Lemos (2010, p. 83): “[...] 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”. 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 por laços sociais, já que o que esta rede proporciona é uma interação fundamentada na troca de ideias.

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 dupla e dos atores na rede. Se considerarmos que a notícia foi divulgada por sete grandes portais dos maiores veículos de comunicação brasileira, como Band, *Folha de S. Paulo*, G1, *O Globo*, R7, SBT e Terra, além de cinco programas de televisão veiculados em rede nacional como, *Hoje em Dia*, *Bom Dia Brasil*, *Domingo Espetacular*, *Fantástico* e *Jornal do SBT*, notamos que ela não teria alcançado tantos espaços jornalísticos, caso o vídeo com a declaração não fosse veiculado no *site YouTube* e intensificado pela rede social *Twitter*.

As pessoas que estavam no show foram responsáveis por difundir a informação e, mesmo que de forma não intencional, selecionaram a pauta que percorreria o jornalismo brasileiro nos dias seguintes. Como exemplo, vamos utilizar apenas os *sites* G1 e R7 para demonstrar de que forma o jornalismo se apropriou da temática, criando novas narrativas sobre o assunto.

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* utilizaram estratégias diferentes de narrativas dadas ao tema analisado, como podemos encontrar na capa dos portais abaixo (Figura 2), que deram destaque à notícia, um dia após o ocorrido.

Figura 2 - Portal G1 – Capa do dia 28 de outubro de 2011



O portal G1, da Rede Globo utilizou como foco do caso, a instabilidade entre os irmãos e o estado de saúde do cantor Luciano. As matérias esclareciam o acontecimento recontando o episódio e utilizaram como fonte a assessoria, o *Twitter* e o depoimento do pai da dupla sertaneja. Registra-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. O espaço em que a notícia ocupou a capa do *site* foi de destaque e estava em meio a outras referentes a assuntos diversos.

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 3), 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”. 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 3 - Portal R7 – Capa do dia 28 de outubro de 2011



Em meio a tantas notícias, a apropriação do *Twitter* como fonte fica evidente. Tanto o portal G1, como o R7 usam o perfil (Figura 4) da dupla sertaneja como fonte para as matérias produzidas. Entretanto, as narrativas 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 a cada matéria e apresenta o estado de saúde de Luciano, em busca de um novo desfecho para o caso. No total foram 18 matérias 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 jogos do tipo “quiz”¹⁴ sobre a carreira de Zezé e Luciano, dedicando um espaço do portal para a cobertura completa (Figura 5) sobre o desentendimento, com o total de 32 matérias referentes à briga.

Figura 4 – Declaração da assessoria no *Twitter* oficial da dupla (28/10/2011)



Figura 5 – Cobertura completa do caso no Portal R7



Em toda essa estrutura de matérias relacionadas, detecta-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*. Um dado interessante, é que nos dois portais analisados, G1 e R7, o *botão automático tweet*¹⁵, 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 teia social se perpetua por meio dessa arquitetura de colaboração, em que os receptores também são produtores e consumidores. E é dessa forma que o *Twitter* converge com o jornalismo,

intensificando a velocidade das informações, o compartilhamento e a atuação como produtor e tradutor de suas mensagens.

Considerações finais

Os dois casos de acontecimentos aqui tratados contêm como elemento comum o papel de protagonista que as redes sociais tiveram na sua constituição. Eles possuem a natureza da rede e enquadram-se naquilo que se compreende agora como ciberacontecimento. Os acontecimentos percebidos nessa categoria não só articulam-se pelas redes sociais, como também geram uma forma de construção coletiva inédita em processos convergentes (SALLES, 2011).

O ciberacontecimento é de natureza essencialmente sígnica, logo já articulado nas tramas simbólicas do que Peirce chama de terceridade. Isso porque é a partir de sua construção no ambiente da rede que o acontecimento se institui. É no ciberespaço que o acontecimento se produz, independente do fato de ele poder se referir a uma realidade exterior.

Os modos de construção desse acontecimento (captação e distribuição textual e audiovisual, formatação de narrativa transmidiática e hipertextual e métodos próprios de repercussão, tudo isso sem a necessária mediação do jornalismo tradicional) sinalizam para transformações que o jornalismo vive hoje e que possuem características de crise. Os processos de produção do acontecimento jornalístico e suas narrativas não atentem mais à lógica linear e desencadeiam-se de forma sincrônica com a presença significativa de novos atores. As lógicas de produção se alteram na medida em que é a própria rede, em um primeiro momento, que abastece os jornalistas de informação sobre o que relatar. E o próprio relato amplia-se em cadeia interpretante rizomática, hipertextual e multimidiática trazendo complexidade maior à relação acontecimento/narrativa. O irromper do acontecimento neste ambiente pode produzir uma semiose explosiva, de imediata repercussão e de desafios instigantes para o exercício do jornalismo.

NOTAS

- 1 Em artigo apresentado no X Encontro da Compós em 2001, Zélia Leal Adghirni e Gilseno de Souza Nunes Ribeiro já problematizavam a identidade do jornalista na sua migração para o ambiente *on-line*. Jornalismo online e identidade profissional do jornalista. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1214.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2011.

- 2 Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1085088-7085,00-MULHER+DE+MEIAIDADE+E+A+NOVA+SENSACAO+DA+MUSICA+BRITANICA.html>>.
- 3 Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/ultnot/efe/2009/04/15/ult1767u143799.jhtm>>.
- 4 Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/interna/0,,OI3705306-EI188,00->>.
- 5 Disponível em: <<http://entretenimento.uol.com.br/ultnot/afp/2009/04/21/ult32u20609.jhtm>>.
- 6 Disponível em: <<http://www.andrelemons.info/midialocativa/2009/06/redes-sociais-e-os-protestos-no-ira.html>>.
- 7 Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u581828.shtml>>.
- 8 Disponível em: <<http://www.Facebook.com/events/158988370857561/>>.
- 9 Disponível em: <<http://www.Facebook.com/groups/150321371688306/>>.
- 10 Disponível em: <<http://www.Facebook.com/groups/173099929384003/>>.
- 11 Disponível em: <<http://www.Facebook.com/hnao1>>.
- 12 Disponível em: <<http://g1.globo.com/>>.
- 13 Disponível em: <<http://www.r7.com/>>.
- 14 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>>.
- 15 Nas páginas dos portais, em cada matéria é possível tweetar a notícia diretamente do *site*, sem a necessidade de se copiar e colar o *link* na página do *Twitter*, desde que se esteja logado na rede.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1989.

BABO-LANÇA, Isabel. A constituição do sentido do acontecimento na experiência pública. **Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, n. 9-9, p. 85-94, 2006.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. *In*: LIMA, Luiz Costa, **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

DELEUZE, Giles. **A Lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

FRANÇA, Vera; ALMEIDA, Roberto. O acontecimento e seus públicos: um estudo de caso. **Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura**, v. 6, n. 2, 2008.

HENN, Ronaldo. Acontecimento em rede: crises e processos. *In*: ANTUNES, Elton; LEAL, Bruno Souza; VAZ, Paulo Bernardo (Org.). **Jornalismo e Acontecimento: percursos metodológicos**. Volume 2. Florianópolis : Insular, 2011. v. 2, p. 79-96.

_____. O acontecimento em sua dimensão semiótica. *In*: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia (Org.). **Jornalismo e acontecimento, mapeamentos críticos**. Volume 1. Florianópolis: Insular, p. 77-93, 2010.

_____. Memória da arte na semiosfera midiaticizada. **Conexão (UCS)**, v. 9, p. 103-115, 2010.

_____. **Pauta e Notícia**. Canoas: Ulbra, 1996.

LOTMAN, Yuri. **Cultura y explosión, Lo previsible en los procesos de cambio social**. Barcelona: Gedisa Editorial, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MIELNICZUK, Luciana. Webjornalismo de Terceira Geração. Continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. Trabalho apresentado no **XXVII - INTERCOM**, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17332/1/R0816-1.pdf>>. Acesso em: 21 maio 2012.

NORA, Pierre. O regresso do acontecimento. *In*: LE GOFF, Jacques. **Fazer História**. São Paulo: Bertrand, 1974.

PEIRCE, Charles Sanders. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Past Masters, CD-ROM. EUA, IntelX Corporation, 2002.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Porto Alegre: Limc/UFGRS, 2006. Disponível em: <<http://www6.ufgrs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acessado em: 21 de maio de 2012.

PROSS, Harry; BETH, Hanno, **Introducción a la ciência de la comunicación**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

QUÉRÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, n. 6, p. 59-76, 2005.

RAMONET, Ignácio. **Tiranía da Comunicação**. Porto: Campo das Letras, 1999.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. A economia do retweet: Redes, Difusão

de Informações e Capital Social no *Twitter*. In **XX Compós**, Porto Alegre: UFRGS, 2011. Disponível em <<http://www.compos.org.br/>>. Acessado em: 12 de maio de 2011.

SALLES, Cecília Almeida. Jornalismo em processo. In **XX Compós**. Porto Alegre: UFRGS, 2011. Disponível em <<http://www.compos.org.br/>>. Acessado em: 25 de junho de 2011.

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

SEBRA, Stella. Max Headroom: o Último Jornalista. In: PARENTE, André (Org.) **Imagem Máquina**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. p. 162-172.

Ronaldo Henn é jornalista e professor pesquisador do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Linha de Pesquisa Linguagens e Práticas Jornalísticas. E-mail: henn.ronaldo@gmail.com.

Kellen Mendes Höehr é jornalista e mestranda do Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos.

Gabriela Inácio Berwanger é estudante de iniciação científica da Unisinos.

RECEBIDO EM: 01/04/2012 | ACEITO EM: 01/05/2012