

Jornalismo e circulação: uma análise dos usos da reportagem “Os pobres vão à praia” na cobertura dos arrastões do Rio de Janeiro em 2015¹

Caio Cardoso de Queiroz²
Universidade Federal da Bahia

Pedro Carlos Ferreira de Souza³
Universidade Federal da Bahia

Resumo

Propomos investigar os modos de edição e atualização da reportagem da década de 80 “Os pobres vão à praia” para o contexto sociopolítico brasileiro de 2015. Durante a cobertura jornalística de arrastões na orla carioca, usuários do Facebook se apropriaram de uma versão desta reportagem visando demarcar posição no debate proposto. Interessa analisar de que maneira a capacidade de pervasividade deste conteúdo permitiu seu retorno, bem como de seus personagens, ao centro dos sistemas tradicionais de produção de informação. A partir da análise de caso, apontamos indícios que, além de uma nova forma de consumo, as dinâmicas atuais de circulação em rede também podem desencadear alterações na cultura de produção jornalística.

Palavras-chave

Jornalismo; circulação; redes-sociais; propagabilidade.

Corpo do trabalho

1. Introdução

Em 1989, o programa jornalístico Documento Especial, da TV Manchete, abordou, na reportagem “Os pobres vão à praia”, as dificuldades de acesso e os preconceitos que moradores de favelas cariocas sofriam para passarem um fim de semana de sol nas praias da cidade. Mais de duas décadas depois, o material voltou a circular entre nos veículos de imprensa e, agora, em publicações de redes sociais após uma série de arrastões nas praias e ruas da zona sul carioca em setembro de 2015.

A repercussão destes casos abriu espaço para debater-se segurança pública, segregação, direitos humanos, preconceitos de classe e outras questões de fundo social. Uma versão editada da matéria veiculada pela TV Manchete, inicialmente circulada no Facebook, foi usada como base para um dos complementos internos do especial criado pelo G1 ao tratar dos arrastões. Outros veículos massivos, como Brasil Post, as revistas Exame e Veja SP, e os

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, email: caiocardosode@gmail.com

³ Mestrando em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, email: pedro.carlos@outlook.com

portais BBC Brasil e Terra, se valeram do vídeo com abordagem e recorte semelhante, inclusive destacando uma mesma personagem da matéria.

Há, no entanto, algo de novo a ser observado no retorno deste conteúdo à cobertura jornalística depois de mais de vinte e cinco anos. Se casos de arrastões e/ou preconceito social ocorridos ao longo deste tempo não foram suficientes para que os veículos de imprensa buscassem, por conta própria, essa reportagem, a intensidade do espalhamento do vídeo pelas Linhas do Tempo do Facebook forçou os veículos a pautar o conteúdo. Interessa perceber as particularidades que possibilitaram o retorno deste conteúdo, antes externo à cobertura factual. Nossa hipótese é que, no curto espaço de tempo entre a primeira cobertura jornalística dos arrastões e as discussões das polêmicas levantadas pelo caso, a circulação em rede foi capaz de influenciar a imprensa e sua capacidade de conferir destaque a atores em repercussão.

2. Circulação de conteúdos em redes sociais

Ao analisar os processos midiáticos ligados à web torna-se necessário abrir espaço para uma observação especial dos processos relativos à circulação. Esses processos não passam a existir a partir das ferramentas digitais, mas a ação comunicativa ganha contornos diferentes a partir dessa nova arquitetura comunicacional. Para Jenkins, Ford e Green (2013: 202), o intercâmbio de conteúdos entre pessoas se torna mais visível por ocorrer em maior escala e frequência, uma vez em que uma parcela maior da sociedade se insere no ambiente online. É necessário, portanto, compreender a circulação como um todo mais complexo do que a lógica linear de comunicação dada entre produção e recepção por meio de uma mensagem. (BRAGA, 2006, p. 36)

As novas conformações da lógica comunicacional, visíveis na nossa proposta de análise, demonstram outras condições de diálogo e pressão constante dos públicos sobre os produtores, influenciando enquadramentos para a leitura dos fatos. (BRAGA, 2006) Além disso, enxergar a mensagem como um item autônomo a ser analisado pode nos conduzir a erros, uma vez que ela é produto e produtora das relações entre as esferas de emissão e as receptoras (BRAGA, 2006, p. 65; LELO; GROHMANN, 2014, p. 5).

Viabilizamos, assim, uma compreensão que engloba as possibilidades de que o público se aproprie e produza alterações no conteúdo midiático por vias que estão além das condições estritamente textuais. A circulação dos sentidos produzidos vai além do contato da mensagem com a audiência. A autonomia interpretativa dos usuários envolve não apenas a capacidade de compreender o produto midiático de forma decodificadora, mas uma leitura

que relaciona características do conteúdo em análise com outras questões de vivência pessoal, desenvolvendo uma noção própria. Resumindo, numa capacidade de “inserir o produto em um conjunto de relações pertinentes para, assim, *fazer uso dele segundo seus próprios interesses*”. (BRAGA, 2006, p. 65)

Esta relação entre audiência e meios de comunicação deve ser compreendida como uma “atividade contínua de engajamento e desengajamento, observando a circulação de discursos e significados – significados estes que mudam a todo o instante implicando por parte do pesquisador uma sutileza para vasculhar estas mutações” (LELO; GROHMANN, 2014, p.5). Desta forma, podemos analisar o intercâmbio constante entre as esferas de consumo e produção, por meio das chamadas “zonas de contato” (FAUSTO NETO, 2010, p. 62) onde se darão os pontos de encontro entre as realidades das mídias com atores sociais.

Desta forma, a circulação faz parte de um processo midiático amplo de compartilhamento de significados, que extrapola os instantes de contato da audiência com os conteúdos das diversas mídias (GROHMANN; MAURO, 2014, p. 9). É necessário notar que a constituição de campos sociais e as diversas disputas pelo trabalho de produção e validação deste conteúdo se tornam mais complexas a partir do exercício de novos dispositivos midiáticos (FAUSTO NETO, 2010, p. 55). Isto é, a partir de uma maior centralidade no papel desempenhado pelos usos e apropriações da audiência, complexifica-se também a produção de sentido via meios de comunicação e, por consequência, no jornalismo.

Quando o discurso jornalístico se torna mais ligado aos novos regimes de circulação e apropriação de conteúdo, ele precisa entrar mais frequentemente em contato com a esfera da recepção. Desta forma, a circulação, enquanto interação social sobre os meios de comunicação, acaba por se tornar um terceiro polo no processo comunicativo, que “se oferece como um novo lugar de produção, funcionamento e regulação de sentidos” (FAUSTO NETO, 2010, p. 60).

Estas formas de comunicação podem levar em conta a modificação do papel dos definidores de pautas, os chamados neo-gate-keepers (FAUSTO NETO, 2010), em realizar diversos convites de participação ou de precisar absorver conteúdos outros resultantes da circulação em ambientes de redes sociais, por exemplo. O público se torna, ainda que indiretamente, potencial colaborador da produção de conteúdo e integram o bojo produtivo, aparecendo de forma clara quando se coloca naquela “zona de contato” (FAUSTO NETO, 2010), onde se adquirem potencialidades diversas.

3. Jornalismo dentro de uma nova lógica

A transparência nos métodos de produção, a participação da audiência e a incorporação dos conteúdos circulados em ambientes de rede são regras paulatinamente acrescentadas às bases do jornalismo. Estas novas conformações do conteúdo informacional possibilitam garantias de inserção naquele fluxo circulatório. Isto porque a inclusão de mais discursos e atores sociais integra o jogo da complexificação do processo midiático e, por conseguinte, garante aspectos de legitimidade aos produtos jornalísticos. (BRAGA, 2006; FAUSTO NETO, 2010, KOVACH, ROSENTIEL, 2014)

Os meios se expõem de maneira mais forte às formas de contato para construir, portanto, menos um processo de transmissão de significados e conteúdo do que uma rede de relações entre atores, na qual diferentes mensagens e discursos passarão a ser trocados. De outra forma, podemos dizer que as mudanças na configuração da rede de comunicação numa sociedade midiaticizada incorpora novas ferramentas e usos ao conteúdo jornalístico de forma geral.

O emaranhamento das narrativas e sua conseqüente complicação, pela emergência de vozes com diversos meios de pressão para se fazer presente nas versões oficiais dos fatos traz uma necessidade de realinhamento constante entre esferas de produção e consumo de notícias. Podemos apontar que os processos produtivos jornalísticos passam a ser mais claramente gerenciados e negociados com fontes e usuários/leitores em rede dada a perspectiva de contato constante. De forma sucinta, apontamos que a existência dos processos de compartilhamento de experiências, troca de influências e pressões entre os sistemas jornalísticos tradicionais e outros atores sociais reformulam a forma por meio da qual se consome jornalismo.

O jornalista passa a precisar de uma remodelação na sua atuação, se esmaecendo a visão do profissional que sozinho recolhia dados, processava em conteúdo jornalístico e o transmitia, via veículo de informação. A realidade atual traz características de negociação, onde se organiza uma multiplicidade maior de características em disputa. Numa nova disputa também será exigido do jornalismo a capacidade de fornecer critérios de validade a conteúdos e versões que lhes forem externos, mas por ele checados e ouvidos. O jornalista atua, neste caso, como selecionador e organizador de conteúdo para uma compreensão específica, realizando um trabalho de filtro e recirculador de conteúdos, numa “curadoria digital”. (QUEIROZ, 2014, p. 3; SILVA, 2012).

Por meio de sistemas de interação em redes sociais “o jornalismo de diferentes origens, busca atrair os atores em recepção que já estão instalados nas redes e inseridos na lógica da midiaticização.” (FAUSTO NETO, 2013. p.9). Da mesma forma que as atividades da mídia impõem um ritmo e uma lógica para outros meios, como por exemplo a esfera política, também as lógicas de interação, participação e resposta advindas do fluxo de circulação passam a influenciar cada vez mais forte e claramente o jornalismo. Aí se dá um jogo complexo de influências mútuas entre as posturas políticas, midiáticas – jornalísticas ou não – dos atores sociais em disputas pelos espaços de produção de sentido. À medida que os usuários se apropriam das tecnologias e discursos das mídias gera-se uma autonomia de uso e, paralelamente, uma nova relação.

4. Prolongamento e ressignificação enquanto ação política

O trânsito constante dos usuários entre diversos meios e o contato com cada tipo de conteúdo é potencializado nos ambientes de rede. Este cenário facilita que dado material se enquadre em um processo de viralização ao possibilitar que ele seja difundido rapidamente de pessoa para pessoa até atingir um amplo alcance, passando a atuar como ponte entre contatos na rede (SHIFMAN, 2014: 55). O ambiente de convergência permite ao usuário empregar suas próprias redes sociais para se conectar de novas maneiras, aprimorar habilidades de se envolver com conteúdos espalhados em mídias distintas, moldar ativamente a circulação deste tipo de mídia e desafiar publicamente os interesses dos produtores de mídia de massa (JENKINS, 2010). Consequentemente, o conteúdo adquire maior fluxo para perpassar e se espalhar por diferentes plataformas.

Neste sentido, a capacidade de uma peça midiática para se espalhar espacialmente pela rede depende tanto (ou mais) de uma circulação mobilizada pela audiência do que de uma ampla distribuição comercial. Segundo Jenkins et al (2013:199), as pessoas avaliam um conteúdo de acordo com suas convicções pessoais e o compartilham segundo aquilo que presumem ser valioso ao seu círculo social no ambiente online. O fator central para um conteúdo se inserir em um programa de recirculação coletiva e espontânea está, portanto, no engajamento que ele mobiliza nas pessoas em compartilhá-lo com seus contatos. Resumidamente, “conteúdos se espalham quando agem como complemento para conversas que as audiências já estavam tendo” (JENKINS et al, 2013, 199).

Os diversos fluxos estabelecidos em rede pelos usuários podem indicar o prolongamento da mensagem, não apenas em sentido espacial, mas também em sentido

temporal. Neste caso, interessa perceber que o contato do consumidor com a mensagem deixa de ocorrer em modo estritamente síncrono ao momento de emissão. Dalmonte (2014) atenta que o desenvolvimento de uma obra em fluxo possibilita um consumo que privilegia o acesso ao conteúdo em temporalidade assíncrona.

A apropriação dos conteúdos deve se realizar majoritariamente no âmbito privado, respeitadas as particularidades de cada consumidor em seu trato com o tempo reservado e/ou disponível para acesso à determinada peça. Ao mesmo tempo, o alto compartilhamento de impressões particulares em sites de redes sociais estabelece novos modos de consumo, caracterizados pela recirculação e pela reverberação (DALMONTE, 2014). Ou seja, trata-se de um fenômeno dúbio: a obra é construída coletivamente porque o conteúdo é adaptável ao consumo individual de cada usuário.

O fluxo é construído por meio de desdobramentos, de autorias diversas, mas que se mantêm conectados por um assunto em questão. Consequência disto é que a obra tem, a cada novo desdobramento, sua natureza renovada afim de divulgá-la e apresentá-la, assegurando sua popularidade no mundo, através de novas recepções e consumos. No entanto, à medida que novos participantes circulam o conteúdo, atualizando-o aos seus próprios propósitos, cada novo visualizador passa a poder acessar também a mensagem original (JENKINS, 2013: 202). É o que Dalmonte (2014, p.8) conceitua por princípio remissivo, ao defender que este espraiamento textual mantém ligação com o protótipo, passando a compor um só texto, multilinear e multivocal, mas que pode a qualquer momento reconduzir à peça matriz.

Os produtos midiáticos seriam então estendidos a mercados de nicho impulsionados por esta nova arquitetura da participação: “a linha tradicional entre produtores e consumidores tornou-se menos nítida. Os consumidores também são produtores. Alguns criam a partir do nada; outros modificam os trabalhos alheios, remixando-os de maneira literal ou figurativa” (ANDERSON, 2006: 81). Ele atenta para a possibilidade de uma conservação prolongada do produto na cena midiática, em detrimento de uma passagem mais barulhenta e imediata, mas menos perene em termos de audiência.

O prolongamento narrativo em vias de se alcançar nichos de consumidores pode propiciar novas e inusitadas formas de consumo. Assegura que uma mensagem (ainda que remixada/editada) permaneça no centro do debate da esfera pública ao atualizar o texto a públicos com demandas específicas e nem sempre atendidas pela mídia de massa. Na análise em questão, por exemplo, o vídeo originalmente chamado “Os pobres vão à praia” teve seu nome atualizado para “Fascismo Zona Sul”; além disso, para a versão compartilhada no

Facebook, selecionou-se apenas os trechos da reportagem em que moradores de bairros nobres do Rio de Janeiro teciam comentários considerados preconceituosos. Desta forma, o vídeo editado despertou interesse e engajamento por parte de perfis politicamente posicionados à esquerda e já acostumados a debater questões relacionadas a movimentos sociais.

Reforçamos a natureza política da discussão baseando-nos nas reflexões de Marques (2013) acerca da noção concebida pelo filósofo Jacques Rancière, segundo a qual o senso de política está fortemente relacionado com a questão do dano⁴. A política ocorre, portanto, quando um dano é nomeado e tratado argumentativamente em um debate dissensual, por sujeitos que inicialmente não se apresentam prontos como interlocutores conscientes de sua fala e de seus posicionamentos, mas que, ao verificarem a ausência de igualdade, constituem-se como sujeitos políticos durante este processo, afastando-se de definições impostas que lhe limitavam a participação comum. Se tornam então “seres de palavra justamente nesses momentos que se engajam em espaços de enunciação” (Marques, 2013, p. 250).

As considerações de Agamben (2007; 2012) mostram-se convenientes para a compreensão da maneira com que o “jogo de forças” mídia-tradicional x receptores-engajados abre possibilidade para um uso novo da linguagem, mais popular, ou desviante de um pretense controle pela imprensa. Propõe com isto, uma divisão do existente em duas grandes classes: os seres vivos de um lado e, do outro, os dispositivos em que estes são incessantemente capturados; “e entre os dois, como terceiro, os sujeitos. Chamo sujeito o que resulta da relação [...] entre vivos e dispositivos” (AGAMBEN, 2007, p. 41). No contexto da comunicação de massa e das novas dinâmicas de interação de produtos midiáticos, os dispositivos atuam na formação do sujeito, por meio de sua natureza disciplinadora em contato com os seres vivos.

Os dispositivos de poder se estabelecem a partir da captura de aspectos inerentes aos indivíduos, em um processo denominado sacralização. Portanto, se a mídia “captura” para si o processo discursivo, o “cancelamento” da mídia enquanto dispositivo de poder não ocorrer através da negação da discursividade, mas por um processo que o autor denomina como profanação (AGAMBEN, 2012). Profanar é devolver ao uso comum algo que estava separado e indisponível, por meio da mudança do status da aura constituída pelo ato de sacralização.

⁴ Modo de subjetivação no qual a verificação da igualdade adquire figura política, não estando ligado a uma vitimização ou à injúria pontual voltada a um indivíduo ou grupo. “Assim, o dano pode ser apontado como o ponto de tensão mais forte existente entre a lógica policial de partilha do sensível e o processo prático de verificação da igualdade” (MARQUES, 2013, p. 243).

Não significa cancelar as separações, mas sim aprender a fazer um novo uso delas, a brincar com elas (AGAMBEN, 2012: 66).

A política é uma experiência, um acontecimento que coloca em jogo o estatuto daquilo que se vê, se diz e se faz (MARQUES, 2013). A dimensão política fica evidente nas definições da audiência sobre o que irá ignorar ou reproduzir e quais valores serão agregados ao conteúdo escolhido. Desta maneira, eles também influenciam na formação do sujeito. Também por isso, cada vez mais se configuram como peça de interesse das instâncias de produção tradicional. Neste contexto, o binarismo entre sagrado e profano proposto por Agamben (2012) também é capaz de ilustrar o duplo movimento envolvido nas negociações entre produtores tradicionais e a audiência.

5. Análise do Caso

O fim de tarde de domingo, 20 de setembro de 2015, foi marcado por arrastões em praias e nas ruas próximas à orla da Zona Sul carioca. Em seguida, moradores registraram cenas de agressão e vandalismo em vídeos de celular. Em uma delas, um rapaz é agredido por um grupo de homens ao tentar embarcar em um ônibus. Em outra, a janela de um ônibus é quebrada e passageiros saltam por ela (Silveira, 2015). Tais atos teriam sido mobilizados por alguns moradores da região, em resposta aos arrastões e outros assaltos, numa tentativa de buscar os responsáveis pelos crimes e fazer justiça com as próprias mãos.

A esta altura, temas relativos ao direito ao acesso a espaços públicos por moradores de favelas e outras regiões pobres já vinham sendo abordados pela mídia. No dia 24 de agosto do mesmo ano, por exemplo, a edição do jornal Extra⁵ denunciou a prática da polícia carioca de abordar ônibus e recolher adolescentes a caminho do litoral. Segundo a matéria, todos os jovens tinham perfil semelhante: negros e pobres. Desde então esta face da segregação social já se aproximava do centro do debate público, sendo constantemente reavivada por pareceres jurídicos que alegavam a possível ilegalidade da ação policial e por depoimentos de políticos e outros formadores de opinião que se posicionavam acerca do tema pela/para a mídia.

Mas foi a partir dos arrastões ocorridos no mês seguinte que o assunto alcançou uma visível centralidade na cobertura jornalística massiva nacional. A sucessiva cobrança por posicionamento de entidades políticas possibilitou que diferentes atores se destacassem na rede atuando como nós, ao centralizarem discursos e documentos de alto impacto e relativa

⁵ <http://extra.globo.com/noticias/rio/pm-aborda-onibus-recolhe-adolescentes-caminho-das-praias-da-zona-sul-do-rio-17279753.html>

capacidade de viralização. No caso específico da edição/ uso político da reportagem jornalística “os pobres vão à praia”, bem como das repercussões que congregam o fenômeno, destacamos quatro atores que se sobressaíram em suas capacidades de construir coletivamente a obra enquanto fluxo difuso.

Como atores centrais neste processo de circulação de conteúdo há a página Mariachi⁶, responsável pela postagem do material no Facebook (nosso segundo ator) no dia 21 de setembro. Em sua página, Mariachi se define como um coletivo de midiativistas, surgido durante as manifestações de junho de 2013 no Brasil com o objetivo de informar o público sobre casos de abusos cometidos por agentes de Estado. Ao difundir o material midiático na rede social, o coletivo propôs como modo de leitura inicial a ideia de que o debate que ocorre no atual momento na imprensa e na sociedade brasileira é uma reedição de um mesmo comportamento já perceptível em 1989.

Ao ser editado, o vídeo passou de um tempo de duração de quase meia hora para menos de dois minutos, priorizando por destacar depoimentos considerados preconceituosos. Acreditamos que o documento teve seu potencial de pervasividade na rede aumentado consideravelmente ao priorizar por uma mensagem mais direta e chocante, combinado com o fato de a interface do Facebook possibilitar a reprodução automática de vídeos na *timeline* do usuário e com o momento de debate sobre o tema no país.

No mesmo dia de sua postagem pela Mariachi, o vídeo causou grande mobilização na rede social, notável principalmente a partir de três atos dos usuários: 1) compartilhamentos do conteúdo nas próprias redes de contatos; 2) comentários na postagem; 3) curtidas nos comentários de outros usuários. Segundo a organização agenciada pelo Facebook, estas curtidas tendem a conferir mais status aos discursos concordantes, promovendo-os ao topo da sessão de comentários. Neste caso, posicionamentos discordantes entre si (figura 1) se destacaram à medida que recebiam curtidas, possibilitando-nos perceber distintas formas de percepção agenciadas por usuários e disponíveis para modalizar o consumo de outras pessoas.



⁶ <https://www.facebook.com/coletivomariachi>

Figura 1: Comentários discordantes são promovidos pelo número de curtidas (fonte: <https://www.facebook.com/coletivomariachi/videos/611525885653933/?pnref=story>).

Em três dias de publicação o vídeo recebera mais de 40 mil compartilhamentos e cerca de 9,4 mil curtidas no Facebook. A cada nova interação, o conteúdo se atualiza nas percepções pessoais de cada visualizador e, gradativamente, ganha a possibilidade de atingir novos públicos. Portanto, apesar de termos destacados quatro atores políticos principais, defendemos que todos os usuários envolvidos de alguma maneira no processo também compartilham, em maior ou menor grau, da autoria desta obra coletiva.

Personagem com mais destaque no vídeo editado, a advogada Angela Moss, se torna um nó ainda mais central no processo de circulação deste conteúdo fazer uma declaração pública poucas horas depois da publicação do material pelo coletivo Mariachi. Em sua página pessoal no Facebook, ela refutou as opiniões dadas à reportagem de 89, configurando-se como um terceiro ator de destaque à construção do fenômeno. Juntamente com o vídeo, as recirculações passaram também a incorporar o recente depoimento da personagem, em um tipo de reforço às críticas até então elaboradas às opiniões consideradas segregacionistas. Mesmo após Angela ter excluído a publicação de seu perfil, um recorte de tela com o texto na íntegra foi salvo e divulgado pela página Mariachi. Foi o suficiente para confirmar o papel de destaque de tal página na rede e insuflar o tamanho de sua influência, destacando-a de outros atores menores. Em quatro dias, a página teve um aumento de 811,1% no número de novas curtidas, de acordo com dados disponibilizados pelo Facebook.

Por fim, como foco de observação do presente trabalho, ocorre a incorporação destes materiais e personagens por veículos de imprensa. Ao fazerem matérias sobre o tema, eles passam a incluir este novo conteúdo inicialmente externo às matérias, se configurando como um quarto ator na constituição do fluxo.

Assim, é possível observarmos o desenvolvimento de níveis de circulação em processo, segundo a nossa análise. Primeiramente a disponibilização e difusão do conteúdo pela página Mariachi no Facebook. A partir daí o espalhamento do conteúdo por parte dos usuários propicia uma ação de posicionamento por parte da advogada, que agrega mais um nível de significado aos conteúdos em questão. A manutenção destes fenômenos de comunicação no centro das esferas de debate das redes sociais ao longo do dia tem força suficiente para carregar este conteúdo para plataformas de produção de conteúdo informativo.

Sites de produção de conteúdo como o BuzzFeed⁷ e a BBCBrasil⁸ fizeram matérias sobre o vídeo, com ênfase na própria personagem. Nestes casos, percebemos uma tentativa destes sites de acrescentar mais uma dimensão discursiva ao fenômeno, por meio de entrevistas com a advogada. O G1⁹ justifica a ausência de uma entrevista com a advogada pelo fato de não ter obtido resposta dela, mas também busca adicionar informações novas ao entrevistar o diretor o programa “Documento Especial”.

Até então temos três níveis de circulação bem definidos no caso em análise, sendo a primeira focada na distribuição do conteúdo pela página Mariachi e o engajamento dos usuários; a adição de outra leitura pela própria Angela Moss figura como uma segunda etapa de adição de sentido. A partir daí, a inclusão do material em sites de grande audiência na web, que formam uma terceira etapa do espalhamento do vídeo ao buscarem fazer uma curadoria, interpretar e atualizar o fenômeno comunicacional.

A obra coletiva composta pelo fluxo “vídeo editado - principais comentários de usuários no Facebook - depoimento Angela Moss - entrevista realizada por um dos veículos de comunicação” acaba retornando como parte integrante de matérias em outros veículos de comunicação como Revista Fórum¹⁰, BuzzFeed.com (internacional)¹¹, Brasil Post¹², Exame¹³, Pragmatismo Político¹⁴, Veja SP¹⁵, Brasil 247¹⁶, MailOnline¹⁷ e Terra¹⁸. Finalmente, a quarta etapa estaria na reprodução, via recirculação, por parte destes diversos outros meios de comunicação. Sem conseguir contato direto com a personagem, tais sites adaptaram as entrevistas e declarações para seus públicos, ampliando as possibilidades de alcance do material.

⁷ <http://www.buzzfeed.com/clarissapassos/video-dos-anos-90-preconceito-e-racismo-nas-praia>

⁸ http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/09/150923_angela_moss_video_internet_rb

⁹ <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/09/videos-de-1990-geram-polemica-apos-arrastoes-rio-nao-mudou-diz-diretor.html>

¹⁰ <http://www.revistaforum.com.br/blog/2015/09/mulher-que-queria-cobrar-entrada-em-praia-nos-anos-1990-revela-arrependimento-mesmo-culta-era-alienada/>

¹¹ <http://www.buzzfeed.com/ryanhatsthisis/this-woman-had-the-perfect-response-when-a-video-of-her-old>

¹² http://www.brasilpost.com.br/2015/09/22/garota-viral-anos-90_n_8179144.html

¹³ <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/garota-de-video-que-achava-pobre-sub-raca-mudou-de-ideia>

¹⁴ <http://www.pragmatismopolitico.com.br/2015/09/mulher-se-arrepente-de-declaracao-fascista-gravada-na-decada-de-1980.html>

¹⁵ <http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2015/09/23/mulher-que-provocou-furia-na-internet-com-desabafo-racista-respondeu-de-maneira-surpreendente/>

¹⁶ <http://www.brasil247.com/pt/247/rio247/198026/Apos-ofensa-aos-‘suburbanos’-advogada-diz-que-virou-comunista.htm>

¹⁷ <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3246432/Woman-47-called-Brazilians-sub-race-shocking-TV-clip-teenager-admits-stupid-child-footage-emerges-online.html>

¹⁸ <http://noticias.terra.com.br/brasil/tenho-horror-de-quem-pensa-como-eu-pensava-evolui-diz-mulher-que-chamou-pobres-de-sub-raca-nos-anos-1980,7d2b36a0995d90ae40c6dcaddf732327z441fm2v.html>

As quatro etapas não são, no entanto, necessariamente sobrepostas umas às outras, mas podem ocorrer de maneira difusa e intercambiável. A apropriação pelo BuzzFeed internacional é particularmente ilustrativa. Por ser um veículo com público potencialmente externo ao debate previamente existente no Brasil e por não ter embasado o contexto político/social que possibilitou a viralização de tal conteúdo no Facebook, sua publicação gerou indagações por parte dos usuários que não se sentiram completamente informados quanto à relevância do tema. Em resposta a dúvidas de outras pessoas na sessão de comentários do post de divulgação da matéria em questão, uma usuária brasileira (figura 3) procurou compensar esta lacuna contextual buscando explicar as razões da pervasividade do conteúdo no recente cenário brasileiro.

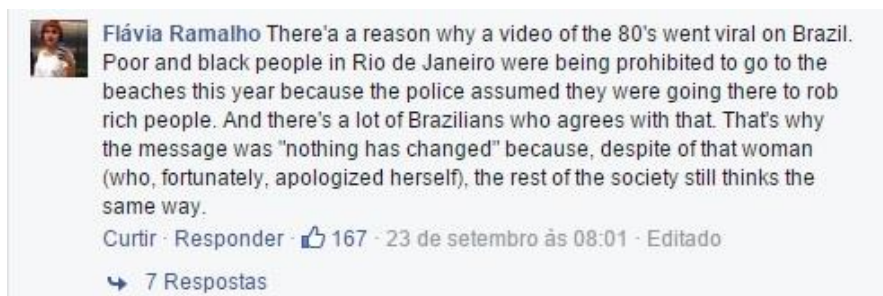


Figura 3: usuária explica razão do vídeo ter viralizado no país (fonte: <https://www.facebook.com/BuzzFeed/posts/10153973111075329>)

Este tipo de conduta por parte de usuários, explicita que a construção de camadas de sentido bem definidas por diferentes atores não é um processo necessariamente linear, nem que o fenômeno enquanto fluxo se propaga em uma única direção em sentido ascendente. Pelo contrário, toda a construção ocorre permeada por intervenções e negociações entre nós com mais ou menos destaque que, à medida que se envolvem, podem vir a perder ou ganhar força e influência na rede.

6. Apontamentos finais

O presente artigo surge primeiramente da necessidade de aliar pensamentos sobre a Cultura Participativa no ambiente em rede não apenas às novas formas de consumo. Além disso, passa pela reflexão acerca das atualizações nos modos de produção e circulação de produtos jornalísticos, mobilizados pela tentativa de antever e/ou alcançar tais mudanças nas formas de consumir mídia. Um primeiro aspecto relevante a ser destacado é a consolidação atualmente de audiências globais em fontes como o BuzzFeed e o Huffington Post(BrasilPost). A função desempenhada por estes atores é a rápida coleta e curadoria das histórias em progresso nas redes sociais, organizando as múltiplas narrativas presentes nas

Linhas do Tempo. O desenvolvimento deste fenômeno ao longo do tempo nas redes sociais permitiu observar características indicativas do comportamento dos usuários e suas possibilidades de entrada no jogo do jornalismo.

A relação dos conteúdos que, em fluxo contínuo, entram e saem dos núcleos de produção de informação apontaram para um jogo de engajamento à temática central proposta pelos próprios sistemas de notícias, mas de forma espontânea. Isto é, ao mesmo tempo que o tema levantado pelos veículos de imprensa também foi capaz de ocupar a centralidade de debates de fundo político, econômico ou social no cenário das redes sociais, isso aconteceu de forma específica, aliando conteúdos antes periféricos à cobertura factual. A resignificação das produções e a condução do debate foi se formando na rede social a partir de um engajamento inicial no tema, mas a força da pervasividade destes produtos exigiu um retorno à própria imprensa.

Ademais, acompanhar em tempo real, através das redes sociais, o ordenamento de diferentes atores se agenciando na construção de um fenômeno difuso e coletivo em vias de alcançar a mídia massiva explicitou a percepção de que os veículos de imprensa tradicional cedem parte de seu aparente poder de destacar discursos destoantes em nome de uma presença maior na rede. A adesão dos usuários sobre o tema em seus ambientes de rede comporta algum grau de imprevisibilidade, de adaptação criativa pela adição de novas leituras e significados à proposta inicial.

Tal medida de incorporação destas recirculações por parte da mídia ocorreu de maneira mais negociada do que esperávamos, visto que o fenômeno ainda estava em pleno curso de ação na rede quando os principais veículos começaram a noticiá-lo, colaborando inclusive para impulsioná-lo ainda mais. Neste sentido, percebemos que a imprensa encarou a negociação com a audiência como algo mais naturalizado, talvez em razão de o fenômeno em questão já se encaixar nos posicionamentos políticos já adotados até então por parte dos veículos.

A análise dos fluxos de comunicação, os tipos de circulação e adaptação de conteúdo, desempenhada pelos principais agentes destacados fornece indícios que apontam para mudanças consideráveis nas relações entre as dinâmicas de produção e circulação de informação. A disputa pelo que entra e o que sai da centralidade nas informações, quais posições terão mais destaque e quais as vozes chamadas aos comentários dos casos têm, nas redes sociais, um palco novo, que desloca a centralidade da definição na produção para um sistema de resposta mais fortalecido, visível. Tais condições refletem novas realidades e

condições de consumo, mas isso não implica uma alteração visível em todas as coberturas e temas destacados pela imprensa, ou mesmo em todas as plataformas de mídia.

7. Referências

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o Contemporâneo?** E outros ensaios. Tradução, Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa:** do mercado de massa para o mercado de nicho. Tradução, Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BRAGA, J. L. **A sociedade enfrenta sua mídia:** dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

DALMONTE, Edson. **Novos Cenários Comunicacionais no Contexto das Mídias Interativas:** o espalhamento midiático. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal do Pará, Belém do Pará (PA), 2014.

FAUSTO NETO, A. **As bordas da circulação.** Alceu, v. 10, n. 20, p. 55–69, 2010.

_____. **Jornalismo:** sensibilidade e complexidade. Revista Galáxia, 18, , n. 18, p. 17–30, 2009.

FAUSTO NETO, A.; SGORLA, F. **Zona Em Construção:** acesso e mobilidade da recepção na ambiência jornalística. Anais do XXII Encontro Anual da Compós, , n. 1977, p. 1–15, 2013.

GROHMANN, R.; MAURO, R. **O Twitter dentro do Universo da Cibercultura – Uma Abordagem Teórica da Ferramenta** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, p. 1–15, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0142-1.pdf>>.

JENKINS, H.; FORD, S. & GREEN, J. **Spreadable Media:** creating value and meaning in a networked culture. Nova York: New York University Press, 2013.

JENKINS, H. **Sites of Convergence:** An Interview with Henry Jenkins (entrevista concedida a Vinicius Navarro). Contracampo, n. 21, p.2-25, 2010.

_____. **Cultura da Convergência.** Tradução, Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009

KOVACH, B.; ROSENTIEL, T. **The Elements of Journalism:** What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. 3a ed. New York: Three Rivers, 2014.

LELO, T. V.; GROHMANN, R. **A diversidade do conceito de circulação nos estudos em Comunicação.** ECCOM, v. 5, n. 9, pp. 21–34, 2014.

MARQUES, Ângela. Cenas de dissenso e a política das rupturas e fraturas na evidência do visível. In: BRASIL, A., MORETTIN, E., LISSOVSKY, M. (Org.). **Visualidades hoje.** Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2013.

QUEIROZ, C. C. DE. **A circulação de conteúdo no Twitter:** Dilma e os jornalistas-blogueiros na abertura da Copa do Mundo Fifa 2014. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da

Comunicação, p. 1–11, 2014. Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2330-1.pdf>>.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **Digital News Report**, 2015. Oxford: Oxford University, 2015.

SILVA, Tarcízio. Curadoria, mídias sociais e redes profissionais: reflexões sobre a prática. In: CORRÊA, Elizabeth (Org.). **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo: ECA/USP, 2012.

SILVEIRA, Daniel. **Moradores de Copacabana flagram tumultos na volta de praia**. Disponível em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/09/moradores-de-copacabana-flagram-tumultos-na-volta-de-praia.html>. Acesso em: 05/10/2015.

SORANZ, G . **Panorama do documentário brasileiro**. Doc On-Line: revista digital de cinema documentario, v. 01, p. 77-90, 2006.