
Colapso de Contextos e Desinformação nas Mídias Sociais: as três mortes de Gugu Liberato no Twitter¹

Gabriela da Silva ZAGO²

Grupo de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS)

Resumo

O trabalho discute colapso de contextos e desinformação no contexto da circulação jornalística nas mídias sociais. Para tanto, parte de um estudo exploratório, em caráter ilustrativo, de um caso associado à morte do apresentador Gugu Liberato no Twitter. Através da combinação de observação e análise de redes sociais, identificam-se os conteúdos que mais circularam nas datas associadas às “três mortes” de Gugu em novembro de 2019 – boato, suspeita, e efetiva morte do apresentador. Esses resultados servem de base para a discussão sobre o colapso de contextos e a desinformação nas mídias sociais, ambientes em que a fragmentação de conteúdo e a velocidade de circulação acabam tornando-os propícios para a propagação de boatos e informações falsas.

Palavras-chave: mídias sociais; circulação de informações; colapso de contextos; desinformação

Introdução

Todo dia, milhares de mensagens são postadas nas mídias sociais. Algumas dessas mensagens são difíceis de serem compreendidas sem um contexto. Além disso, algumas pessoas podem compartilhar informações falsas ou enganosas, o que aumenta o potencial para desinformação.

Este trabalho foca num tipo específico de desinformação relacionado aos boatos – a informação falsa que se espalha mesmo sem intenção de enganar. Para tanto, realiza-se um estudo exploratório, de caráter ilustrativo, a respeito da morte do apresentador de TV Gugu Liberato, ocorrida no final de 2019, buscando discutir o colapso de contextos nas redes sociais e suas implicações para a circulação e o consumo do acontecimento jornalístico em rede.

Para tanto, parte-se de um referencial teórico seguido da apresentação de exemplos, em caráter ilustrativo. Como bases teóricas discute-se, de um lado, a circulação

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS). Email: gabrielaz@gmail.com

de informações nos sites de rede social, e, de outro, a desinformação e o boato. Na sequência são descritos os procedimentos metodológicos, que envolve a análise de tweets sobre o boato, a suspeita, e a efetiva morte do apresentador de TV Gugu Liberato em novembro de 2019.

A circulação de informações nos sites de rede social

Ao estudar-se a circulação de informações, busca-se compreender como as informações se propagam. Isso pode ser observado através dos conteúdos que circulam, dos modos pelos quais esses conteúdos circulam, ou dos atores que colocam os conteúdos em circulação (GUILLE et al, 2013).

Sites de redes social como Twitter e Facebook são ambientes particularmente prolíficos para se observar a circulação jornalística (ZAGO, 2014), pois possuem especificidades que facilitam a propagação de informações. Tanto usuários comuns quanto veículos jornalísticos podem postar mensagens nessas plataformas, que as exibem em linhas do tempo nas quais conteúdos compartilhados por jornais, amigos, e empresas aparecem lado a lado sem uma distinção formal. Ainda, nesses espaços, o espalhamento de informações (JENKINS, FORD & GREEN, 2013) é facilitado, uma vez que botões como “retweet” ou “compartilhar” estão disponíveis para compartilhar informações.

Essa circulação facilitada faz com que muitas vezes, na pressa, sejam compartilhadas informações incompletas ou não verificadas, o que torna as redes ambientes propícios para se observar boatos e desinformação.

Os boatos e a desinformação

A desinformação é uma palavra contemporânea, embora a prática já seja antiga (HUTTNER, 2020). O termo se refere a informação falsa que pode ser compartilhada com ou sem a intenção de enganar. Em inglês, há duas variações – *disinformation*, para informação criada e compartilhada com a intenção de enganar (como no caso de notícias falsas criadas em contexto de campanha eleitoral para denegrir a imagem do outro candidato), e *misinformation*, para desinformação de caráter acidental (WARDLE & DERAKHSHAN, 2017). Este trabalho foca mais especificamente no segundo tipo de desinformação, mais associada a boatos que surgem espontaneamente com base em aspectos da realidade do que a notícias falsas fabricadas a partir de informações falsas. Assim, a desinformação acidental geralmente ocorre por falta de contexto (STARBIRD

et al, 2014), em conteúdos enganosos, que, embora não sejam totalmente falsos, acabam por exacerbar a realidade.

Para Renard (2007), o boato pode ser compreendido de duas formas: a) como informação não verificada, quando há uma informação que não se sabe ainda se é verdade ou não, e b) como informação falsa, quando já se sabe tratar-se de uma informação que não é verdadeira. Embora nos dois casos tenha-se um rumor ou boato, considera-se no presente trabalho que um “boato clássico” seria aquele já criado com a intenção de ser um boato, em um sentido mais próximo à segunda definição do autor.

Os mesmos espaços utilizados para propagar um boato podem ser utilizados para desmentir a informação. Entretanto, nem sempre a correção tem a mesma visibilidade. Para Starbird et al (2014, p. 1, tradução nossa)³, “a noção de uma multidão que se auto corrige talvez seja otimista demais”. Assim, embora a correção tenha o potencial de atingir a mesma visibilidade, na prática isso nem sempre acontece. Por exemplo, Starbird e al (2014) encontraram proporções bastante baixas de correção ao analisar tweets sobre a maratona de Boston.

Com a circulação de informações facilitada nos sites de rede social e diante do potencial para a circulação de informações falsas, o contexto se torna cada vez mais importante para a compreensão de uma mensagem. A rapidez da circulação pode fazer com que fragmentos sejam postos em circulação. Assim, a circulação de informações nos sites de rede social está sujeita ao que Marwick e boyd (2011) denominam de colapso de contextos.

O colapso de contextos

Ao criar um conteúdo, procuramos adequá-lo para quem vai consumir esse conteúdo. Essa percepção ocorre muitas vezes na forma de uma audiência imaginada. “A audiência imaginada é a conceptualização mental das pessoas com quem estamos nos comunicando, nossa audiência” (LITT, 2012, p. 331, tradução nossa)⁴. Em sites de rede social como o Twitter, a audiência se expande para além da audiência imaginada e passa a abarcar também audiências invisíveis (MARWICK & BOYD, 2011). “Dada às várias maneiras pelas quais as pessoas podem consumir e espalhar tweets, é virtualmente

³ Tradução da autora para “The notion of self-correcting crowd may be overly optimistic”.

⁴ Tradução da autora para: “The imagined audience is the mental conceptualization of the people with whom we are communicating, our audience” (LITT, 2012, p. 331)

impossível para usuários do Twitter saberem quem é sua audiência potencial, e menos ainda seus leitores de fato” (MARWICK & BOYD, 2011, p.117, tradução nossa)⁵.

Assim, em sites de redes sociais, muitas vezes, não sabemos quem é nosso público – estamos sujeitos a audiências invisíveis (BOYD, 2010). Há um colapso de contextos – o mesmo conteúdo é produzido e compartilhado para diferentes contextos, como amigos, família, conhecidos, e audiências invisíveis (MARWICK & BOYD, 2011). Diferentemente do mundo físico, não há barreiras espaciais, temporais ou sociais para separar os diferentes contextos (BOYD, 2010).

Uma mesma história contada em casa para familiares, na escola para um professor, ou numa conversa informal com um grupo de amigos é contada de forma diferente; se estivessem todos juntos numa mesma festa, provavelmente a versão contada teria que ser adaptada para todos os públicos ao mesmo tempo (ODELL, 2019). Nas redes sociais, vivemos constantemente essa situação – há diversos contextos misturados dentre os “amigos” no Facebook, e precisamos fazer escolhas (ainda que inconscientes) quanto a qual público direcionar nossas postagens. Assim, “com a audiência invisível e o material persistente, muitas vezes é difícil identificar qual é ou qual deveria ser o contexto” (BOYD, 2010, p.11, tradução nossa)⁶.

Isso traz implicações práticas para a circulação de informações na medida em que muitas vezes o contexto não é compartilhado pelos participantes da interação, o que faz com que a informação não seja compreendida devido à ausência de contexto. Assim, o colapso de contextos pode contribuir para causar desinformação.

O colapso de contextos também produz reflexos na circulação de informações em rede. Em pesquisas anteriores, identificamos situações em que a falta de contexto dificultou a compreensão de determinadas mensagens associadas à recirculação de determinados acontecimentos jornalísticos, especialmente em situações de humor ou ironia (ZAGO, 2011). Uma prática bastante comum é a de associar dois acontecimentos jornalísticos em uma mesma mensagem apenas por acontecerem no mesmo dia, mesmo que não haja uma relação óbvia entre os dois assuntos. Por exemplo, no tweet “Agora sim: Morre o senador Romeu Tuma. Mais eu fiquei mais triste pelo Polvo Paul...”, a morte

⁵ Tradução da autora para: “Given the various ways people can consume and spread tweets, it is virtually impossible for Twitter users to account for their potential audience, let alone actual readers” (MARWICK & BOYD, 2011, p. 117)

⁶ Tradução da autora para: “with the audience invisible and the material persistent, it is often difficult to get a sense for what the context is or should be” (BOYD, 2010, p.11).

do senador Romeu Tuma foi associada à morte do polvo Paul, o polvo adivinhador da Copa (ZAGO, 2011), duas notícias que em princípio não teriam relação, exceto pelo fato de que aconteceram no mesmo dia. Embora tenha sido possível compreender a mensagem na data em que foi postada, poucos dias depois a ausência de contexto poderia dificultar a compreensão.

Do mesmo modo, no caso analisado no presente trabalho, associado à morte de Gugu Liberato, também foi possível observar aspectos relacionados ao colapso de contextos e à desinformação.

As três mortes de Gugu Liberato

Em novembro de 2019, o apresentador de TV Gugu Liberato “morreu” três vezes. A primeira morte foi um boato, difundido no começo do mês de novembro, e desmentido prontamente pelo próprio apresentador. A segunda morte ocorreu no dia de sua internação – no dia 20 de novembro, Gugu foi internado em estado grave no hospital Orlando General após sofrer uma queda em um acidente doméstico, e diversas mensagens nos sites de rede social já afirmavam que o apresentador teria morrido. Já a terceira morte foi a morte de fato – anunciada no dia 22 de novembro, ainda que posteriormente tenha sido revisada para como tendo ocorrido no dia 21 de novembro de 2019, o apresentador foi declarado oficialmente morto na mídia tradicional.

Para analisar o caso em questão, foram coletados tweets contendo a expressão “Gugu morreu” no mês de novembro de 2019 utilizando o software DiscoverText. Uma amostra randômica de 50 mil tweets⁷ foi obtida para observar aspectos de análise de redes sociais. Para o estudo, de caráter exploratório, utilizou-se uma combinação de observação simples com análise de redes sociais, buscando identificar recorrências entre os dados e mapear os atores centrais da rede.

Dois conceitos da análise de redes sociais interessam particularmente ao presente trabalho: clusteres e grau de entrada (RECUERO, BASTOS & ZAGO, 2015). Um cluster é um agrupamento de nós mais conectado entre si do que a outros nós. São os pequenos grupos que se formam na rede. O grau de entrada se refere ao número de conexões recebidas por um determinado nó da rede. No caso em questão, quanto maior o número de menções ou retweets que um usuário recebeu, maior será o seu grau de entrada.

⁷ Embora seja possível visualizar online o conteúdo de todos os tweets coletados, o software DiscoverText limita os dados exportados a 50 mil tweets.

A Figura 1 mostra o grafo da rede dos tweets coletados. É possível notar a presença de alguns clusteres (grupos de nós em torno de determinados atores, identificados por cores diferentes).

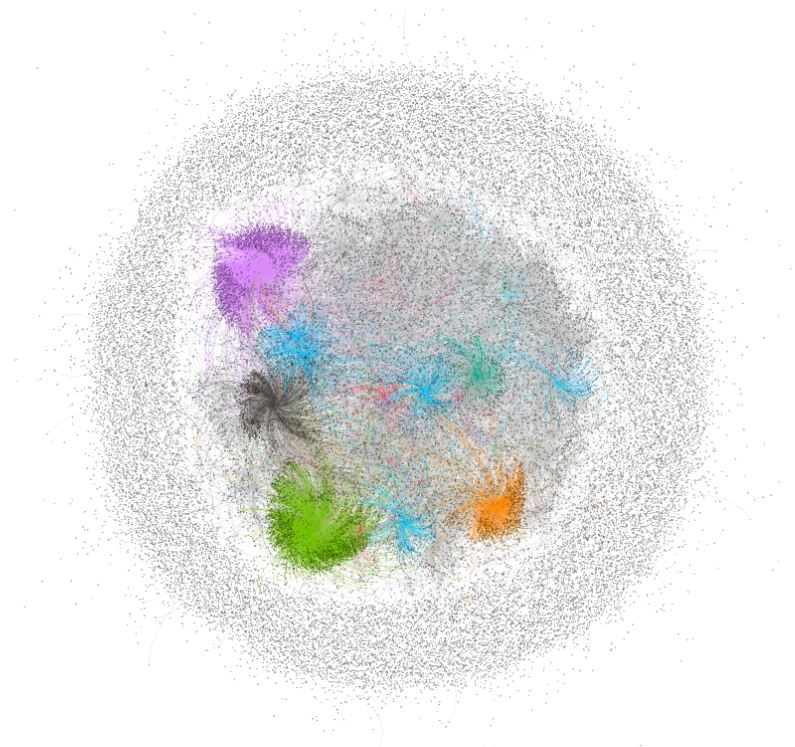
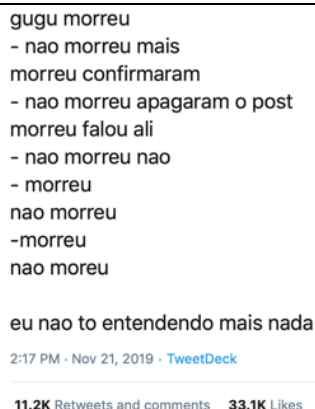


Figura 1. Rede dos tweets em torno da morte de Gugu Liberato.

Fonte: Grafo gerado com o software Gephi a partir dos dados coletados.

Os dois maiores grupos (clusteres), em verde e em rosa, se referem a usuários que mencionaram ou retuítaram dois usuários bastante citados na amostra. O post do usuário com maior grau de entrada na amostra (ou seja, o usuário que recebeu mais retweets e menções) é do dia 21 de novembro, antes do anúncio oficial da morte do apresentador (Figura 2). Esse usuário possui grau de entrada 2.505 (ou seja, 2.505 outros tweets mencionam o usuário em questão).



gugu morreu
- nao morreu mais
morreu confirmaram
- nao morreu apagaram o post
morreu falou ali
- nao morreu nao
- morreu
nao morreu
-morreu
nao moreu

eu nao to entendendo mais nada

2:17 PM · Nov 21, 2019 · TweetDeck

11.2K Retweets and comments 33.1K Likes

Figura 2. Tweet do usuário com maior grau de entrada na amostra.

Fonte: captura de tela do Twitter.

Já o post do usuário com segundo maior grau de entrada foi feito no dia 22 de novembro, após o anúncio da morte do apresentador (Figura 3). Esse usuário possui grau de entrada 2.477.



primeiro ano biroliro presidente

gugu morreu

galvão bueno infartou

ricardo boechat morreu

paulo henrique amorim morreu

beth carvalho morreu

cameron boyce morreu

gabriel diniz morreu

mc sapão morreu

2019 já tinha tudo pra ser ruim e foi HORRÍVEL.

4:31 PM · Nov 22, 2019 · Twitter for Android

18K Retweets and comments 72K Likes

Figura 3. Tweet do usuário com segundo maior grau de entrada na amostra.

Fonte: captura de tela do Twitter.

Um aspecto interessante a se notar no grafo é que os nós em azul claro estão espalhados pelo grafo mas se referem a um mesmo tópico. Esses usuários receberam retweets e menções por falar de um mesmo assunto, o fato de que o jornalista Reinaldo

Azevedo havia noticiado a morte de Gugu por engano no dia 21 de novembro. Alguns exemplos de tweets sobre a temática podem ser vistos abaixo:

O jornalista queridinho da Nova Esquerda noticiou a "morte" de Gugu, mas quem morreu mesmo foi alguma reputação que Reinaldo Azevedo buscava entre neo-esquerdistas. Reinaldo Azevedo precisa ser demitido com toda a urgência.

REINALDO AZEVEDO FALOU QUE O GUGU MORREU E DEPOIS VOLTOU ATRÁS FALANDO QUE NÃO TINHA CERTEZA. QUEM MORREU MESMO FOI O JORNALISMO BRASILEIRO.

O Reinaldo de Azevedo deu a notícia de que o Gugu morreu sem confirmar, depois disso diversos perfis verificados na mídia e no twitter espalharam essa mentira dele. Depois da merda, ele voltou atrás e desmentiu a própria notícia. Entendem como funciona a desinformação no Brasil?

Em geral, dentre os dados coletados, as mensagens que mais circularam se referem à segunda data, com dúvidas sobre se o apresentador teria morrido ou não. Há também mensagens nessa data que buscam associar a situação de dúvida com o boato que havia circulado duas semanas antes. As mensagens que confirmam a morte não tiveram tanta repercussão – talvez porque já se esperava esse desfecho considerando as notícias dos dias anteriores.

A primeira morte

A “primeira morte” de Gugu Liberato, ocorrida no começo de novembro de 2019, foi na verdade um boato clássico, que tem sua origem a partir de uma informação completamente falsa (RENARD, 2007). Dentre as mensagens que circularam na data, há tweets com link para notícia esclarecendo o fato (com link para o Blog F5, da Folha de S.Paulo⁸) e tweets desmentindo o boato.

A mensagem, postada na madrugada do dia 4 de novembro no perfil do Instagram do programa Power Couple, da Record, dizia: “Morre, aos 60 anos, o apresentador Gugu Liberato, vítima de um infarto na noite deste domingo”⁹. A emissora removeu a mensagem e esclareceu que o perfil teria sido invadido por hackers¹⁰. O próprio apresentador também fez um tweet desmentindo o boato (Figura 4).

⁸ <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2019/11/gugu-e-dado-como-morto-por-rede-social-da-record-e-apresentador-esclarece-e-fake.shtml>

⁹ <https://www.jd1noticias.com/geral/power-couple-mata-gugu-que-ressuscita-e-desmente/69597/>

¹⁰ <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2019/11/gugu-liberato-foi-dado-como-morto-duas-semanas-antes-da-verdadeira-morte.shtml>



Figura 4. Tweet do apresentador Gugu Liberato desmentindo sua morte.

Fonte: JD1Noticias.com

Dois dos tweets sobre a primeira morte que aparecem na amostra estudada podem ser vistos a seguir.

Gugu bombou com 4 pontos de média ontem na Record. Sim, ele não morreu. Ele está na Record!!

Boletim de fake news, novas: (...)
- Gugu liberato morreu (...)

Após a morte de fato do apresentador, alguns veículos retomaram o boato de algumas semanas anteriores, como nas notícias “No início do mês, Gugu Liberato precisou desmentir fake news sobre sua morte” (Extra, 22 de novembro de 2019¹¹) e “Gugu é dado como morto duas semanas antes da verdadeira morte” (Blog F5, 22 de novembro de 2019¹²).

Assim, na “primeira morte” de Gugu, a desinformação aparece no boato em si, que procura ser prontamente desmentido pelos usuários no Twitter, inclusive pelo próprio apresentador. O colapso de contextos aparece de forma mais tangencial, uma vez que pode ser necessário fazer uma busca para compreender que se trata de um boato.

A segunda morte

A “segunda morte” de Gugu Liberato ocorreu na data de sua hospitalização, em 20 de novembro de 2019¹³. Nessa data, várias mensagens se espalharam nos sites de rede social. A grande maioria das mensagens questiona se Gugu morreu ou não, enquanto

¹¹ <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/no-inicio-do-mes-gugu-liberato-precisou-desmentir-fake-news-sobre-sua-morte-24093429.html>

¹² <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2019/11/gugu-liberato-foi-dado-como-morto-duas-semanas-antes-da-verdadeira-morte.shtml>

¹³ <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2019/11/21/gugu-liberato-e-internado-apos-sofrer-acidente-em-casa.ghtml>

algumas desmentem a suspeita, e outras afirmam que ele teria morrido. Muitas das mensagens utilizam tom de humor diante da situação de incerteza sobre a morte. Esse tipo de acontecimento também pode ser visto como um subtipo de boato, mas dessa vez como um rumor que surge diante de uma situação de incerteza sobre a realidade (RENARD, 2007).

Os exemplos de tweets a seguir buscam relacionar com o boato clássico do começo do mês de novembro.

gente agora o gugu morreu mesmo ou é meme de novo?

gnt, o Gugu morreu de verdade dessa vez?

O gugu morreu de novo?

O BRASILEIRO N TEM UM DIA DE PAZ, GUGU MORREU OU NÃO MORREU? QUE AGONIA.

No exemplo a seguir, um usuário questiona se o apresentador morreu, e recebe uma resposta de um de seus seguidores:

– Gugu morreu ou é fake news novamente?

– Morreu não. Foi pro hospital. Mas, não morreu.

Alguns tweets da data afirmam que Gugu morreu.

vou sentir tanta falta do gugu :(

Pra mim só estão esperando a chegada da mãe dele nos EUA para dar a notícia da morte cerebral do Gugu Liberato. Infelizmente o Gugu morreu! Q coisa. @pfofocalizando @Fofocalizando_ @ATardeeSua

A situação de incerteza sobre a morte aparece nos próprios tweets que circularam na data, como no exemplo a seguir.

a minha tml está dividida entre pessoas perguntando se o gugu morreu, pessoas lamentando a morte do gugu, pessoas dizendo que o gugu não morreu

Imagens são utilizadas para reforçar a dúvida, buscando gerar um efeito de humor, como no exemplo da Figura 5.

eu tô exatamente assim pq n sei se o gugu morreu ou
n morreu
se eh fake news ou n eh
eu tô????????????????



1:52 PM · Nov 21, 2019 · Twitter for Android

1.4K Retweets and comments 2.7K Likes

Figura 5. Tweet de usuário da amostra com imagens.

Fonte: captura de tela do Twitter.

Nessa data, a desinformação e o colapso de contexto ficam mais óbvios. Alguém que vê apenas um fragmento da informação em sua linha do tempo (como no exemplo do usuário que lamenta a morte de Gugu) pode achar que se trata de uma informação confirmada e passar adiante para seus seguidores. Ao mesmo tempo, entretanto, o Twitter também serve como um espaço para esclarecer dúvidas em tempo real (como no exemplo do usuário que fica em dúvida e obtém uma resposta de um de seus seguidores).

A terceira morte

A terceira morte de Gugu Liberato ocorreu com a confirmação da morte de fato, em 22 de novembro de 2019¹⁴. Nessa data, as mensagens que circularam lamentam a morte, retomam o boato e a suspeita, ou relatam que a morte ocorreu e trazem link para notícias sobre a morte do apresentador. Em geral, há um tom mais sério e mais informativo em comparação com as datas anteriores.

Alguns usuários demonstram incredulidade com a notícia, como no exemplo abaixo:

nossa n acredito que o gugu morreu mesmo to em choque

¹⁴ Embora a confirmação tenha ocorrido no dia 22, posteriormente ela foi revisada para tendo ocorrido oficialmente em 21 de novembro de 2019.

Há tweets que retomam o boato e a suspeita, como no exemplo a seguir.

É dessa vez a notícia é real, Gugu morreu aos 60 anos. Pequeníssimo dia. 🙄😞

As mensagens com mais retweets na data são aquelas que confirmam a morte do apresentador, como na Figura 6.

É com muita tristeza que noticiamos que morreu aos 60 anos o apresentador Gugu Liberato.

Gugu sofreu um acidente em sua casa em Orlando, onde caiu de uma altura de 4 metros e bateu a cabeça em um móvel.



4:11 PM · Nov 22, 2019 from Sao Paulo, Brazil · Twitter for iPhone

1.7K Retweets and comments 6.6K Likes

Figura 6. Tweet de usuário da amostra confirmando a morte do apresentador Gugu Liberato.

Fonte: captura de tela do Twitter.

Nessa data, o teor do conteúdo que circula é menos de humor e ironia e mais de lamentação, compatível com o acontecimento em destaque (a confirmação da morte do apresentador). A “terceira morte” de Gugu é na verdade um acontecimento jornalístico típico – a morte de uma pessoa pública, um acontecimento geralmente inesperado e repentino (ainda que no caso em questão tenha sido criada uma expectativa diante do quadro clínico do apresentador). Por se tratar de um acontecimento jornalístico clássico, nessa data praticamente não há desinformação. O contexto é compartilhado entre os usuários, o que reduz também o colapso de contextos. Mesmo que se diga apenas “Gugu”,

todos sabem tratar-se do apresentador Gugu Liberato, que já vinha sendo alvo de notícias nos dois dias anteriores diante de seu quadro clínico incerto.

Considerações finais

O trabalho procurou discutir colapso de contextos e desinformação na circulação jornalística no Twitter. Para tanto, analisou-se o caso das “três mortes” de Gugu Liberato no mês de novembro de 2019.

As “três mortes” de Gugu são um caso interessante para se observar diferentes tipos de circulação de informações e a formas pelas quais essas informações circulam nas mídias sociais. A primeira morte é um boato clássico, passível de ser desmentido. A segunda morte é uma suspeita que muitos postam como verdade, na qual o acontecimento fica como que em um estado de suspensão (será que aconteceu?). Já na terceira morte temos um acontecimento jornalístico clássico – a informação já está verificada e não há mais dúvida do ocorrido.

O colapso de contextos aparece de forma mais intensa na segunda morte, embora também apareça nas outras duas datas. Já a desinformação aparece principalmente na primeira morte, ainda que a segunda morte também traga alguns aspectos desinformativos. A velocidade da circulação de informações nas mídias sociais faz com que esta se torne um ambiente propício para a desinformação.

Do ponto de vista de quem acessa esses conteúdos, a circulação de informações nas mídias sociais é bagunçada – é possível encontrar um fragmento de informação e não saber ao certo do que se trata. Nesse sentido, navegar pelos Trending Topics pode ajudar a compreender o que aconteceu – mas também ajudar a espalhar o boato, na medida em que mais pessoas podem encontrar o fragmento e compartilhar achando tratar-se de uma informação confirmada.

Em setembro de 2020, o Twitter anunciou que irá passar a explicar alguns dos Trending Topics (BELL, 2020), como uma forma de evitar o espalhamento de desinformação. Ao postar explicações sobre o porquê determinados assuntos estão em alta, o Twitter também poderá contribuir para evitar o colapso de contextos em situações futuras.

O presente estudo tem como limitação o fato de focar em apenas um caso. Estudos futuros podem buscar compreender o colapso de contextos e a desinformação em outros

tipos de acontecimentos, como no caso da desinformação associada à pandemia de coronavírus.

Referências bibliográficas

BELL, K. Twitter will pin tweets to explain trending topics. **Engadget**, 1 set. 2020. Disponível em: <https://www.engadget.com/twitter-explains-trending-topics-pinned-tweets-173023064.html>

BOYD, D. Social Network Sites as Networked Publics: affordances, dynamics, and implications. In: PAPACHARISSI, Z. (Org.). **Networked Self**, p.39-58, 2010.

GUILLE, A.; HACID, H.; FAVRE, C.; ZIGHED, D. Information Diffusion in Online Social Networks: A Survey. **ACM Sigmod Record**, v.42, n. 2, p. 17-28, 2013

HUTTNER, R. É fake news? Como elementos do jornalismo são utilizados para a elaboração de “notícias falsas”. Dissertação (Mestrado em Comunicação), UFRGS, Porto Alegre, 2020.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Spreadable Media**. New York: NYU Press, 2013.

KUMAR, S., SHAH, N. False information on web and social media: a survey. **Social Media Analytics: Advances and Applications**, CRC press, 2018.

LITT, E. Knock. Knock. Who’s There? The Imagined Audience. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v.56, n.3, 2012.

MARWICK, A.; BOYD, D. I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. **New Media & Society**, v.13, n.1, p.114-133, 2011.

ODELL, J. **How to do nothing**: resisting the attention economy. Black Inc, 2019.

RECUERO, R.; BASTOS, M.T.; ZAGO, G. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RENARD, J.B. Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas. **Revista FAMECOS**, n.32, 2007.

STARBIRD, K., MADDOCK, J., ORAND, M., ACHTERMAN, P., MASON, R. Rumors, False Flags, and Digital Vigilantes: Misinformation on Twitter after the 2013 Boston Marathon Bombing. **iConference**, 2014.

WARDLE, C., DERAKHSHAN, H. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. **Council of Europe**, 2017.

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

ZAGO, G. **Circulação e recirculação de narrativas do acontecimento no jornalismo em rede: a Copa do Mundo de 2014 no Twitter**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2014.