

## Como as informações e comentários nas redes sociais pautam as notícias: Análise Da Hashtag #somostodosmaju<sup>1</sup>

Antoniéla T. FONSECA<sup>2</sup>

Edna S. MACHADO<sup>3</sup>

Janaína da S. PEREIRA<sup>4</sup>

Lauren G. L. TRINDADE<sup>5</sup>

Marislei da S. Ribeiro<sup>6</sup>

Universidade Federal de Pelotas

### Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar a circulação da notícia do caso Maju nas redes sociais, abordando a repercussão dos comentários preconceituosos em relação a apresentadora da previsão do tempo do Jornal Nacional Maria Júlia Coutinho. Esse fato ocorreu no dia 2 de julho de 2015, quando a jornalista foi alvo de comentários preconceituosos escritos por internautas em um post com sua foto, provocando repulsa em grande parte da população do país. Neste contexto, a hashtag #somostodosMaju teve ampla repercussão nas redes sociais e o caso foi exposto no Jornal Nacional, pelos âncoras William Bonner e Renata Vasconcelos. Para realizar essa pesquisa buscou-se subsídios nos estudos de RECUERO (2014) com ênfase em Redes Sociais na Internet e ZAGO (2011) que analisa a cibercultura.

**Palavras-chaves:** Comentários, Facebook; Hashtag; Redes Sociais.

### 1.INTRODUÇÃO:

O intuito desse artigo é fazer uma revisão bibliográfica sobre elementos que compõem as redes sociais, em especial o facebook, baseado no caso dos comentários preconceituosos sobre a apresentadora e jornalista Maria Júlia Coutinho (Maju), em julho de 2015.

Por essa linha de pensamento, como questões de pesquisa pretende-se verificar como se dão as relações nas redes sociais; e circulam das informações nestas redes; analisar qual a função da hashtag #SomosTodosMaju; compreender de que maneira os comentários geraram repercussão na mídia televisiva. Deste modo, buscamos analisar sobre o fato ocorrido com apresentadora, que sofreu comentários racistas na página do Jornal Nacional no Facebook, em post publicado na noite da quinta-feira, 2 de julho de 2015.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior - XVII Congresso de Ciências da Comunicação na região sul, realizado de 26 a 28 de maio de 2016 na área de Comunicação Social.

<sup>2</sup> Aluna de Iniciação Científica e estudante de Jornalismo da UFPel. Email: antoniela77@gmail.com

<sup>3</sup> Aluna de Iniciação Científica e estudante de Jornalismo da UFPel. Email: ednasmachado@gmail.com

<sup>4</sup> Aluna de Iniciação Científica e estudante de Jornalismo da UFPel. Email: jana6965@gmail.com

<sup>5</sup> Aluna de Iniciação Científica e estudante de Jornalismo da UFPel. Email: lala\_trindade95@hotmail.com

<sup>6</sup> Orientadora Professora Adjunta do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas. Doutora pelo PPGCOM-PUCRS: e-mail marisrib@terra.com.br

Estes comentários geraram revolta em muitas pessoas, que manifestaram suas opiniões contra o racismo utilizando a hashtag #SomostodosMaju, contando, também, com o apoio da Rede Globo, que em defesa da apresentadora abordou este fato em vários momentos de sua programação.

## 2. METODOLOGIA

Para realizar este trabalho, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, que se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de técnicas de pesquisa.

A análise de conteúdo ocupa-se basicamente com a investigação de mensagens, o mesmo ocorrendo com a análise semiológica ou de discurso.

A análise de conteúdo é sistemática porque se baseia num conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É também confiável – ou objetiva – porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, possam chegar às mesmas conclusões. (LOZANO, 1994, apud FONSECA JUNIOR, 2005, p. 286).

O desenvolvimento do método de análise de conteúdo é o resultado da contribuição de diversos autores. A pesquisadora Laurence Bardin estruturou o método de análise de conteúdo em cinco etapas: “organização da análise, a codificação, a categorização, a interferência e o tratamento informático” (BARDIN, 1988, apud. FONSECA JÚNIOR, 2005)

Neste projeto a proposta é fazer uma análise dos comentários feitos a partir da hashtag para conhecer a origem teórica desses comentários. Também, será feita uma revisão bibliográfica contendo os elementos das redes sociais. Os critérios de análise serão: Relações nas redes sociais; Comunidade virtual; Atores; Interação, relação e laços sociais; Conversação em rede, Capital social; Uso de hashtag; Comentários e Circulação de informações. Após, será construído o corpus, ou seja, a definição do conjunto de documentos a serem submetidos à análise.

## 3. CONTEXTUALIZAÇÃO DO CASO MAJU

Com o avanço tecnológico as interações no ciberespaço estão cada vez maiores. Com maior frequência as pessoas postam nas redes sociais para que alguém comente, curta e compartilhe aquela opinião. Como se deu no caso Maju, em que pessoas fizeram comentários racistas na sua foto postada no facebook do Jornal Nacional, no qual teve comentários como: “Só conseguiu emprego no Jornal Nacional por causa das cotas. Preta imunda”, “Não tenho

TV colorida para ficar olhando essa preta não”, “Em pleno século 2015 ainda temos preto na TV”, etc.



Fig.1: Comentários racistas à apresentadora do tempo - Imagem: Reprodução

Mediante esta situação o Jornal Nacional lançou a campanha em forma de vídeo em prol da jornalista denominada #SomosTodosMaju, a qual muitas pessoas aderiram postando suas opiniões, assim gerando comentários no Twitter e utilizando a tag para apoiar Maju.

Após a repercussão do caso, Maju recebeu diversas mensagens de apoio que exigiam punição ao preconceito. O comentário mais curtido dizia: "Acabo de fazer um print de todos os comentários dessa postagem e irei levá-lo às autoridades cabíveis. Racismo é crime”.



Fig.2: Repórter e apresentadora Maria Júlia

Na noite de 3 de julho de 2015, Maria Júlia aproveitou para agradecer aos internautas que apoiaram e ainda disparou contra os que escreveram comentários racistas. “Os preconceituosos ladram, mas a caravana passa”, afirmou com bom humor. A polêmica foi levantada pelos apresentadores, Renata e William, que se manifestaram junto com a equipe de jornalismo da emissora, através de um vídeo na internet.



Fig.3: Postagens em apoio a Maju

Da mesma forma, a assessoria de imprensa do Facebook disse que conforme determina a política de uso da rede social não são permitidos atos preconceituosos e racistas, mas cabe aos seus usuários denunciarem os indivíduos que estão envolvidos nestes comentários, para que assim o perfil deles possa ser bloqueado.

Em março de 2016 o Ministério Público de São Paulo tomou as devidas providências do caso, identificando e responsabilizando os autores acusados pelos atos racistas. A investigação apurou os crimes na rede sobre o racismo, como de: organização cibernética, corrupção de menores e injúria qualificada.

Ao todo foram 25 mandatos de busca e apreensão que foi determinado pela 1ª Promotoria de Justiça Criminal, que está investigando os comentários contra a jornalista. Esta operação atingiu oito estados, dos quais fazem parte: Ceará, Santa Catarina, Amazonas, Pernambuco, Goiás, Rio Grande do Sul, São Paulo e Minas Gerais.

No depoimento que deram a polícia, os envolvidos confessaram a autoria das mensagens e denunciaram outros, seus celulares e computadores apreendidos. Eram doze pessoas participantes do crime, dos quais três eram adolescentes menores de idade.

#### 4. RELAÇÕES NAS REDES SOCIAIS

Segundo Bruno Oliveira (2011, p.21), "as mídias digitais são estruturas sociais compostas por pessoas ou organizações que partilham valores ou objetivos comuns, conectados por um ou vários tipos de relação, permitindo a troca e a criação de conteúdos gerados pelo usuário (CGU)." Hoje em dia, muitas pessoas estão conectadas através dessas ferramentas, relacionam-se entre amigos e com qualquer outra pessoa que compartilhe desses espaços virtuais.

Deste modo, os papéis dos agentes das redes foram modificados, a comunicação não é mais de poucos para muitos' modificando-se e tornando-se muitos para muitos'. A pessoa que antes só consumia a informação, agora pode produzir conteúdo.

Com a web 2.0 as formas de comunicação se tornaram mais complexas entre organizações públicas, privadas e do terceiro setor. Segundo Oliveira (2011), antes a empresa falava e o consumidor ouvia e o ciclo se encerrava. Hoje, a comunicação é cada vez mais customizada, e o público não pode mais ser considerado um mero receptor de mensagens. Para compreender as redes sociais na internet é preciso estudar os sites de redes sociais (SRSs). Esses sites defendem uma consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais.

Por essa ótica, sites de redes sociais foram definidos por Boyd e Ellison (2007, apud. RECUERO, 2009, p. 102) como aqueles sistemas que permitem a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal, a interação através de comentários, e a exposição pública da rede social de cada ator.

O surgimento da internet proporcionou às pessoas a possibilidade de difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Com isso os novos canais criados, possibilitam a pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais.

Os atores, pertencentes a estes grupos apropriam-se dos recursos oferecidos pelas redes, de acordo com valores próprios, criando conexões que podem ser simples ou complexas. À relação entre estes atores e estas conexões chamamos de Capital Social. Recuero (2004, p.15) diz que, "refere-se à conexão entre indivíduos – redes sociais e normas de reciprocidade e confiança que emergem dela".

O capital social pode influenciar na difusão de informação, vimos como exemplo o caso Maju, porque essas redes são construídas por atores sociais com interesses, percepções, sentimentos e perspectivas, por isso há uma conexão entre o que alguém publica na internet e a visão que as outras pessoas vão ter.

Exemplo disso foram os comentários que várias pessoas fizeram sobre a apresentadora. Como, "em pleno o século 2015 ainda temo preto na TV". Numa análise psicológica rasa, o preconceito que foi engendrado contra a apresentadora está presente no inconsciente coletivo, conforme a psicologia analítica fundado por Carl Jung e também no imaginário cultural, visto que muitos estereótipos da sociedade pertencem a uma construção histórica e social. No instante em que um usuário (ou grupo) iniciou os ataques racistas, imediatamente outros internautas continuaram postando comentários deste nível

caracterizando consenso ainda que este comportamento vá de encontro à conduta ética socialmente estabelecida.

Em contrapartida, os comentários contrários aos dos agressores de Maju, comprovam que interesses de grupos isolados não caracterizam padrões nas redes sociais. “Assim, como o individualismo em rede é um padrão social, não um acúmulo de indivíduos isolados, o que ocorre é que indivíduos montam suas redes, on-line e off-line, com base em seus interesses, valores, afinidades e projetos”. (CASTELLS, 2003, p.109)

A participação na conversação foi contextualizada pelo uso da hashtag #SomostodosMaju. Assim demarca-se a conversação com aquela cujas contribuições versavam sobre o mesmo tópico e, como estratégias para a participação utilizavam a mesma hashtag. Esse recorte proporciona que se observe a conversação como rede, uma vez que todos os atores que publicavam posts com a hashtag tornavam automaticamente seus posts visíveis àqueles que estivessem acompanhando essa hashtag.

Em uma rede social há a conciliação de dois elementos: os nós (atores sociais) e as suas conexões que são as interações e os laços sociais. “A essas características soma-se o fato de que a circulação de informações é também uma circulação de valor social, que gera impactos na rede” (RECUERO, 2009, p.43).

Nos sites de redes sociais, os indivíduos estão conectados entre si através de seus perfis, esses espaços se tornam propícios para a propagação de informações. Ao estudar a difusão de informações, busca-se compreender como a informação é difundida entre diferentes atores sociais, ou seja, como a informação passa de um indivíduo para outro (GRUHL, et al., 2004 apud. RECUERO 2010, p. 71).

Esses fluxos de informação que circulam na internet dependem das diferentes relações sociais entre os indivíduos, que podem ser laços fracos, pouca intimidade e proximidade, ou laços fortes, maior grau de intimidade e proximidade entre os interagentes. São esses laços que fazem com que a informação atinja pontos cada vez mais distantes na rede.

Assim, a circulação da informação pode acontecer em diferentes sites de rede sociais. Em cada um desses espaços, há especificidades decorrentes da efetiva apropriação que os autores conferem à ferramenta.

#### **4.1. COMUNIDADE VIRTUAL**

Pierre Levy (1999, p.130) diz que “uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de

cooperação ou de troca, tudo isso independente das proximidades geográficas ou das filiações institucionais”.

O objetivo principal da comunidade virtual é a reciprocidade, quando se aprende algo lendo as trocas de mensagens, é preciso também repassar os conhecimentos para outros atores nas redes. Pode-se comparar a vida a uma comunidade virtual, porque raramente transcorre sem conflitos. Por outro lado, afinidades, alianças intelectuais, até mesmo amizades podem desenvolver nos grupos de discussão, exatamente como as pessoas que se encontram para conversar.

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre as relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração (LÉVY, 1999, p.132).

Deste modo, o autor ressalta que a cibercultura relaciona-se aos interesses comuns dos atores nas redes sociais, então se percebe que determinado assunto irá atrair e causar uma reação em determinado grupo de pessoas.

## 4.2 ATORES

Os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais.

Sibila (2003, p.) chama de imperativo da visibilidade da nossa sociedade atual essa necessidade de exposição pessoal. Portanto, quanto mais postagens nas redes sociais, maior a visibilidade. Muitas vezes, essa ausência de informações no ciberespaço, faz com que pessoas sejam julgadas e percebidas por suas palavras, pois os atores no ciberespaço são representados por perfis em redes sociais.

Embora os sites de redes sociais atuem como suporte para as interações que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes (RECUERO, 2014, 103.)

Se os atores são os nós das conexões, agindo individualmente, ainda que não isoladamente, e se estes atores atuam através de perfis em cujas palavras e imagens se deposita, muitas vezes, a própria identidade dos sujeitos, é possível considerar que atores

sociais se valem destes signos para construir sua imagem perante os demais usuários. Criam uma versão de si mesmos na rede.

Em conversações em chats e em redes sociais é possível construir esta imagem através de avatares. Segundo Recuero. “O avatar é [...] composto de dois elementos: um elemento referente ao software (o corpo gráfico criado ou utilizado pelo usuário para representá-lo no ambiente de conversação virtual) e um elemento humano (o próprio usuário que interage através do corpo gráfico)” (RECUERO, 2000) a autora defende que o avatar representa uma identidade virtual do usuário que pode ou não ser assumida. Segundo ela,

Essa identidade assumida só o é na medida em que o usuário conectar-se num mesmo ambiente com uma mesma representação, e que seja reconhecido pelos demais usuários. Se o usuário utiliza-se de diversas representações, ele não assume uma identidade, mas em nosso entendimento, procura esconder-se dentro do anonimato relativo [5] que esses chats proporcionam. (RECUERO, 2000)

Além disso, enquanto atores estão conectados uns aos outros conforme a relevância do capital social. Este capital, ou laço social interliga os usuários nas redes conforme interesses semelhantes. Assim formam-se comunidades, locais onde estes usuários podem assumir certa identidade que lhes proporcionem uma aceitação no grupo social. Estas adesões se dão, de certa forma, por afinidades pessoais, frutos de suas histórias de vida, mas, sobretudo por questões culturais que lhe são impostas. Pierre Bordieau vai dizer que

[...]é somente no nível do campo de posições que se definem tanto os interesses genéricos associados ao fato da participação no jogo quanto os interesses específicos relacionados com as diferentes posições e, por conseguinte, a forma e o conteúdo das tomadas de posição pelas quais se exprimem esses interesses. (BORDIEAU, 2006, p 16)

Isto significa dizer que os atores, dentro de um campo social, atuam conforme as regras do que Bordieau chama de jogo de imagens. Estas regras se ajustam conforme a posição que o indivíduo atua neste campo, suas estratégias, suas preferências, suas inclinações e gostos. Os atores sociais agem dentro das redes sociais condicionados por estas regras e criam novas regras à medida que ampliam também este campo, através das conexões.

### **4.3 INTERAÇÃO, RELAÇÃO E LAÇOS SOCIAIS**

Watzlawick, Beavin e Jackson (2000) explicam que interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social. Estudar a interação social compreende, deste modo, estudar a comunicação entre os atores. Analisar

as relações entre suas trocas de mensagens e o sentido das mesmas, estudar como as trocas sociais dependem, essencialmente, das trocas comunicativas.

A relação é considerada a unidade básica de análise em uma rede social. Entretanto, uma relação sempre envolve uma quantidade grande de interações. A ideia de relação social é independente do seu conteúdo. O conteúdo de uma ou várias interações auxilia a definir o tipo de relação social que existe entre dois interagentes. Ela é efetiva quando, grupos comuns respondem às mesmas atividades nas redes sociais, ou seja, quando determinado indivíduo posta algo em que vale a pena comentar, assim, poderá responder contendo ideias favoráveis, controversas, divertidas ou educativas.

Laços consistem em uma ou mais relações específicas, tais como proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. As interconexões destes laços canalizam recursos para localizações específicas na estrutura dos sistemas sociais. Os padrões destas relações - a estrutura da rede social - organizam os sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito (RECUERO, 2014, p.38).

Os laços relacionais, são constituídos através das relações sociais, apenas podem acontecer através da interação entre os vários atores de uma rede social. Para que aconteçam os laços deve-se ter proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflitos ou suporte emocional, e também pode ser feito por associação, que tem objetivo ligar o indivíduo ao certo grupo.

#### **4.4 A CONVERSAÇÃO E CONVERSAÇÃO EM REDE**

Marcuschi define a conversação como “uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum”. Nesse conceito, é possível dizer que as pessoas comentam sobre determinado contexto, com alternância na fala. (MARCUSCHI, 2006 p. 15).

A conversação é também um evento organizado que, por isso, necessita de algum nível de cooperação entre os envolvidos, seja na negociação das regras, seja no objetivo, seja na legitimação dos discursos. Kerbrat-Orecchioni (apud. MARCUSCHI, 2006, p. 11) explica que “na interação face a face, o discurso é inteiramente ‘coproduzido’, os sites de rede social proporcionam novas formas de conexão social e de manutenção dessas conexões aos atores”. Por conta disso, esses sites também são capazes de gerar valores diferenciados específicos para os atores.

#### **4.5 CAPITAL SOCIAL**

A construção do capital social é outro elemento característico das redes sociais na Internet que é relevante para a discussão da conversação. São essas trocas que constroem valores como intimidade, confiança e proximidade entre os atores, o que vai caracterizar a presença de laços sociais mais fortes ou mais fracos (GRAVONETTER, 1973). Esses laços são caracterizados de acordo com os valores que eles contêm.

Segundo Bourdieu, (2006, p.248-249), capital social define-se como recursos que estão conectados à posse de uma rede mais ou menos institucionalizada de relações de conhecimento e reconhecimento mútuo.

O capital social é pensado como constituído de recursos coletivamente construídos relacionados ao pertencimento da rede, valores esses que podem ser individualmente apropriados.

Fazer parte de uma rede social é relevante para um determinado ator porque este tem acesso a recursos construídos pelo grupo, como, por exemplo, informações que lhe sejam relevantes, ou mesmo a apoio social ou acesso a normas que regem o grupo e as interações. (RECUERO, 2014, p.136)

Esses recursos são construídos através dos laços sociais e, em última análise, das práticas conversacionais. Por conta disso, o capital social é um valor coletivo, de que os autores podem se apropriar e transformar.

Por isso, a conversação necessita de capital social para acontecer. Quanto mais citado é alguém, quanto mais referências a sua participação na conversação, maior visibilidade.

Essas conversações são capazes de conectar redes heterogêneas (redes heterofilas), ou seja, constituídas de indivíduos que não possuem os mesmos backgrounds culturais e sociais, proporcionando acesso a ideias, pontos de vista e opiniões diferentes. (RECUERO, 2014, p.137)

Portanto, surgem os debates, gerado pela conversação em rede, que faz com que pessoas que não concordam entre si não participem dos mesmos círculos de debates. Logo, essa discussão faz o assunto circular e influencia outros espaços, como a mídia tradicional, que neste caso, fez matéria sobre o caso Maju a partir dos comentários que aconteceram no Facebook.

#### **4.6 USO DE HASTAG NAS REDES SOCIAIS**

Uma função copiada do Twitter e muito utilizada atualmente no Facebook, Google+, Instagram, LinkedIn, Pinterest e Vine são as hashtags. São como tópicos, que remetem a algum assunto que está acontecendo ou já aconteceu, interligando todos aqueles que fizeram menção a tal assunto, utilizando a tag precedida de “#” (jogo da

velha/cerquilha/tralha/sustenido). As hashtags servem como palavras-chave para encontrar algo com mais facilidade, exemplo #SomostodosMaju, logo, quando for clicado nela, será direcionado para todas as postagens do caso que tenha esta mesma hashtags em seus textos.

No Facebook esta função é muito utilizada, quase sempre as pessoas costumam postar em suas linhas do tempo mensagens acompanhadas por alguma hashtag fazendo menção a algo, lugar ou sentimento. As pessoas cada vez mais publicam suas vidas na rede com estas marcações estabelecidas.

Porém é importante salientar que excessos causam dificuldade de leitura e a ferramenta perde sua finalidade. Publicar diversas hashtags numa mesma frase ou uma frase dentro de uma única hashtag não deixará o usuário mais popular ou ter mais acessos. As Hashtags devem ser usadas como indexadores, facilitando buscas futuras por outros usuários. Seu uso correto pode ter a função de ligar pessoas através do conteúdo. As hashtags são divididas em três tipos: Hashtags de conteúdo, que servem para divulgar e expor a marca, bem como seus produtos e serviços; Trending Hashtags, para aumentar a visibilidade de uma marca, por meio de hashtags já existentes, que chamamos de “Trending”; e Hashtags Originais que ajudam a localizar facilmente um post.

#### **4.7 COMENTÁRIOS NO FACEBOOK**

Os comentários, por sua vez, são as práticas mais evidentemente conversacionais. Trata-se de uma mensagem que é agregada através do botão da postagem original, são visíveis tanto para o autor da postagem quanto para os demais comentaristas, atores que “curtam” e compartilhem a mensagem e suas redes sociais. É uma ação que não apenas sinaliza a participação, mas traz uma efetiva contribuição para a conversação.

O comentário, portanto, parece envolver um maior engajamento do ator com a conversação e um maior risco para a face, pois é uma participação mais visível. Isso porque aquilo que é dito pode ser facilmente descontextualizado quando migrar para outras redes através das ferramentas de compartilhamento, de curtida e mesmo de comentário. Por isso, que mesmo nas redes sociais as pessoas buscam concordância, porém quando se trata de amigos próximos percebem até que ponto da discussão podem chegar, mas na internet isso nem sempre é possível, e muitos acabam extrapolando seus limites. Deste modo, a autora afirma que:

É preciso muito respeito para debater online. Os limites de bom senso não são tão nítidos na internet, as pessoas agem como se conhecessem todos os outros usuários e acabam ficando mais agressivas. É possível ter discussões

construtivas, mas é preciso escolher bem essas discussões. (RECUERO, 2014)

Nesse sentido, entende-se que os comentários do caso Maju foram utilizados de maneira preconceituosa, com o intuito de ofender a apresentadora, bem como sua etnia, e gerar discussão nas redes sociais, não se tratando de opiniões e sim de ofensas virtuais.

#### **4.8 CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÕES EM SITES SOCIAIS**

Como nos sites de redes sociais, os indivíduos estão permanentemente conectados entre si através de seus perfis, esses espaços se tornam propícios para a propagação de informações. “Ao estudar-se a difusão de informações, busca-se compreender como a informação é difundida entre diferentes atores sociais, ou seja, como a informação passa de um indivíduo para outro” (GRUHL et al., 2004 apud. RECUERO, 2009, p. 71).

Na internet, podem ser observados novos padrões de acesso à informação, bastante diferentes dos observáveis na mídia de massa, o que pode vir a trazer implicações para os fluxos de comunicação. Cada vez mais, os indivíduos passam a obter informações mais a partir de suas trocas interpessoais, tanto off-line quanto on-line, do que propriamente direto da mídia de massa. O fenômeno, já observado na década de 40, de certa forma é potencializado pelas mídias digitais, em geral (CASTELLS, 2009; JENSEN, 2010), e pelas redes sociais na internet, em específico. Desse modo, a difusão de informações na internet pode ser observada através das conexões e das trocas estabelecidas entre os indivíduos. As ferramentas de publicação disponibilizadas na internet (e a consequente possibilidade de qualquer um poder publicar informações) ampliaram o alcance desses fluxos de informação

São as diferentes relações sociais entre os indivíduos em redes sociais na internet que estabelecem os fluxos de informação que circulam na rede. As relações podem se dar entre laços mais fracos, ou seja, em que há pouca intimidade e proximidade, e entre laços mais fortes, ou seja, em que há um maior grau de intimidade e proximidade entre os interagentes. Nesse contexto, é notável o papel desempenhado pelos laços fracos para o espalhamento de uma informação, na medida em que eles permitem que uma determinada informação atinja mais pessoas. São esses laços os responsáveis por manter a rede interconectada e fazer com que a informação atinja pontos cada vez mais distantes na rede.

No mesmo sentido, Weimann (1982, apud ZAGO, 2010, p. 138) vai dizer que os indivíduos em posições marginais na rede, menos conectados aos demais e não necessariamente os mais populares que ocupam posições centrais, desempenham um

importante papel na difusão de informações, na medida em que podem servir de “pontes” entre os diferentes grupos. Ao repassarem informações a seus contatos, os indivíduos em uma rede social podem atuar como influenciadores, contribuindo para espalhar a informação em sua rede social. Pessoas com elevado número de contatos podem espalhar a informação para pontos mais distantes da rede.

Nesse contexto, destaca-se o papel dos laços fracos na difusão da informação, na medida em que possibilitam que, ao ser repassado, a informação atinja pontos mais distantes na rede, e até mesmo chegue a outras redes. Como os indivíduos possuem redes de contatos diferentes, faz sentido enviar e reenviar mensagens através dos sites de redes sociais.

Na internet, em especial nos sites de redes sociais, torna-se menos dispendioso mapear as conexões estabelecidas entre os indivíduos através das informações que compartilham entre si. Como foi visto, os sites de redes sociais caracterizam-se pela buscabilidade e pela persistência, na medida em que as informações ficam armazenadas por pelo menos algum tempo e podem ser buscadas, o que facilita o mapeamento das conexões entre os indivíduos e do caminho percorrido pelas informações por eles compartilhadas.

#### **4.9 CIRCULAÇÃO DA INFORMAÇÃO**

Com o advento da internet as informações ficaram mais acessíveis e seu acesso é instantâneo, fazendo com que houvesse uma pluralidade de informações que tende a circular nos diversos grupos sociais. Esses fluxos sociais que se dão na internet em que analisamos a ligação entre os atores sociais envolvidos, bem como suas conexões, deste modo o que chamamos de laços fracos é o que pode interconectar pessoas na rede e faz com que as informações possam atingir diferentes pontos na rede, muitas vezes pautando o que será notícia na televisão.

É o que observamos no estudo de caso, onde através de um comentário racistas outras pessoas fizeram a mesma menção ao fato caracterizando os laços fracos na rede social, que é capaz de fazer com que o fluxo da informação possa atingir diversos pontos na rede. Assim, fazendo com que o assunto gerasse grande repercussão nas redes sociais, tais como o Facebook, chegando até a mídia televisiva, dando uma maior visibilidade nacional ao caso.

A partir disto, os colegas da jornalista se uniram para expor um vídeo em sua defesa, utilizando a hashtag “Somos todos Maju”, que vem a se caracterizar um laço forte, pois sua repercussão nas redes sociais levou o fato até os programas de grande audiência e fez com que muitas pessoas se juntassem para comentar e compartilhar fazendo o uso da hashtag.

Recuero (2014, p. 41) vai nos dizer que: “Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas”.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Contata-se que a internet, de fato, traz vários recursos para a construção do conhecimento e inovações à profissão do jornalista, mas devido à falta do controle da informação e a grande quantidade de conteúdo, principalmente as redes sociais, tornando um ambiente propício para os interlocutores comunicarem-se com seus pares, implicando num espaço adequado para discussões acaloradas sobre todo tipo de assunto, pressupõe a reflexão sobre a comunicação em tempos velozes na hiper mobilidade.

Neste artigo, entende-se que a internet tem o poder de disseminar a informação de forma rápida e abrangente, sendo capaz de criar laços fracos e fortes. Porém, com a grande quantidade de informação nas redes sociais, surge a necessidade de os jornalistas filtrarem o conteúdo. Dessa forma, as notícias partem das redes sociais para pautar o telejornalismo. Isso reforça a discussão sobre questões éticas e o processo de produção/ distribuição de notícias.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORDIEAU, P. **La Distinction: critique sociale du jugement** Paris, Col. "Le Sens Commun" ISBN. 2006

CASTELLS, M. A **Galáxia na Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

FONSECA JÚNIOR, W. C. **Análise do conteúdo**. In: DUARTE, J.; BARROS, A. Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005..

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: 34 Ed., 1999.

MARCUSCHI, L. A. **Análise da Conversação**. São Paulo: Ática, 2006.

OLIVEIRA, B. **Conexão em tempo real: impactos, inovações e tendências**. Revista Fonte, ano 8, número 11, Dezembro de 2011. Disponível em: [http://www.prodemge.mg.gov.br/images/revistafonte/revista\\_11\\_web.pdf#page=70](http://www.prodemge.mg.gov.br/images/revistafonte/revista_11_web.pdf#page=70) Acesso em: 8/11/2015

RBS, Clic. **Caso Maju: Investiga e faz operação sobre racismo na internet**. Disponível em <<http://wp.clicrbs.com.br/conecte/2015/12/10/caso-maju-mp-investiga-e-faz-operacao-sobre-racismo-na-internet/?topo=52,1,1/,,171,77>> Acesso em 20/03/2016.

RECUERO, R. **Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook.** Verso e Reverso (Unisinos. Online), v. 28, p. 114-124, 2014. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.06/4187>

\_\_\_\_\_ **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2014.

\_\_\_\_\_ **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_ **Redes sociais na Internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão.** In: SOSTER, D.A.; SILVA, F.F. (Org.). Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009

\_\_\_\_\_ **“RT, por favor”:** considerações sobre a difusão de informações no Twitter. Revista Fronteiras – estudos midiáticos 12(2): 69-81, maio/agosto 2010. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/4668/1891>.

\_\_\_\_\_ **Avatares - viajantes entre mundos.** Disponível em <http://www.raquelrecuero.com/avatares.htm>. 2000

SIBILA, P. **Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica do sujeito.** Grupo de Tecnologias Informacionais da Comunicação e Sociedade, XII Congresso da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação COMPOS, Niterói/RJ, 2003.

ZAGO, G. **Considerações sobre a circulação de informações em sites de redes sociais.** In: Tecnologia da Informação na Gestão Pública. Ano 8, número 11, dez 2011. p. 70-77. Disponível em: [http://www.prodemge.mg.gov.br/images/revistafonte/revista\\_11\\_web.pdf#page=70](http://www.prodemge.mg.gov.br/images/revistafonte/revista_11_web.pdf#page=70)

\_\_\_\_\_ **Ativismo em Redes Sociais Digitais: Os fluxos de comunicação no caso #forasarney.** Estudos em Comunicação n°8, 129- 146 Dezembro de 2010