

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO - FAGED
CURSO DE JORNALISMO

CAMILA CHRISTINA SALES CARNEIRO

**INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA NO *TWITTER*: O ESTUDO DE CASO DA
*BURNING SUN***

UBERLÂNDIA, MINAS GERAIS

2019

CAMILA CHRISTINA SALES CARNEIRO

**INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA NO *TWITTER*: O ESTUDO DE CASO DA
*BURNING SUN***

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Raquel Timponi Pereira Rodrigues.

UBERLÂNDIA, MINAS GERAIS
2019

CAMILA CHRISTINA SALES CARNEIRO

**INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA NO *TWITTER*: O ESTUDO DE CASO DA
*BURNING SUN***

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Raquel Timponi Pereira Rodrigues.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Raquel Timponi Pereira Rodrigues – UFU
Orientadora

Prof. Dr. Vinícius Durval Dorne - UFU
Examinador

Prof. Dr. Reinaldo Maximiano Pereira - UFU
Examinador

Uberlândia, 10 de dezembro de 2019

AGRADECIMENTOS

Quando pensei pela primeira vez nos agradecimentos da minha monografia, fiquei preocupada por não saber o que poderia escrever ou quem exatamente deveria mencionar. Então, quando me sentei para digitar essa parte, percebi que meu trabalho de conclusão de curso, assim como os quatro anos da minha graduação, só deram certo por causa de cada pessoa que passou pela minha vida durante esse tempo - e que me ajudaram, mesmo que minimamente, a chegar até aqui. Agora, minha preocupação é ter pessoas em excesso a quem gostaria de agradecer.

Assim como o primeiro pedaço do bolo de aniversário vai para a pessoa mais especial, meu primeiro agradecimento vai para as pessoas que são os pilares de todas as minhas conquistas: papai e mamãe (João e Lídia, para os menos íntimos), agradeço a vocês pelo apoio que me deram, mesmo que à distância. Já que comecei pela família, vou seguir a linha: Mônica, obrigada por ter sido, via *WhatsApp*, minha melhor amiga, conselheira e terapeuta - e por ter aguentado receber meus áudios escandalosos quando algo de minimamente errado acontecia na minha vida.

Agradeço também ao meu avô, Zico, que não vai me ver formada, mas tenho certeza que, onde quer que esteja, está feliz por mim (e provavelmente assistindo um jogo da Ferroviária).

Quando se trata da minha trajetória na graduação, gostaria de mencionar o nome vários professores do curso - eu tive sorte de ter sido ensinada por muitas pessoas incríveis, inteligentes, sensatas e humanas, algo que não é tão comum no ambiente acadêmico. Mas, especificamente, preciso mandar um grande abraço e um milhão de obrigadas à minha ótima orientadora, Raquel Timponi, que foi atenciosa, paciente e me ensinou a dar o melhor de mim (obrigada também ao Murilo, que esteve presente em todas nossas orientações).

Também agradeço à Adriana Omena, que fez eu me apaixonar pela comunicação, quando lecionou Teorias da Comunicação II - foi a disciplina que mais me marcou durante esses anos. Gostaria de demonstrar minha gratidão, também, ao Marcelo Marques, cuja animação pelo curso, pela Universidade e pelo mercado de trabalho sempre me deixou admirada e inspirada.

Um gigantesco obrigada a todos meus amigos que foram minha família nos últimos quatro anos. Às Shirleys (Letícia, Júlia, Iannaya, Amanda Cunha, Amanda Almeida, Marina,

Mariana e Ketylen). À galera da Lutaria também: Gabi, Elô, Juli, Gi, Dave e Gota. Também, obrigada à Paulinha, que nos 45 do segundo tempo apareceu na minha vida e foi meu ombro amigo todas as vezes eu ficava tensa com a conclusão do meu curso.

CARNEIRO, Camila. **Informação jornalística no *Twitter***: o estudo de caso da *Burning Sun*. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2019.

RESUMO

Esta pesquisa tem como intuito entender como a mídia social *Twitter* informa o público brasileiro de nicho segmentado sobre pautas jornalísticas internacionais, buscando compreender como os usuários da mídia social participam na informação e disseminação de notícias de tópicos que, por serem muito especializados, não recebem cobertura aprofundada de veículos jornalísticos tradicionais. Para isso, foi realizado um estudo de caso do escândalo midiático da boate *Burning Sun*, da Coreia do Sul, utilizado também o método de análise de conteúdo em notícias jornalísticas de veículos tradicionais brasileiros e em tweets.

Como aporte teórico, o trabalho utiliza autores das teorias de cultura de participação, de nichos e do campo dos novos modelos de negócios, com foco nas influências das mídias sociais. A partir disso, conclui-se que o usuário do *Twitter* assume diversos papéis independentes, como de editor, curador, pauteiro, comentarista e disseminador, se remodelando a ter maior protagonismo no ato de informar, principalmente quando há menor cobertura em veículos tradicionais. Assim, o papel do usuário se aproxima a tipos de jornalismo não tradicionais, como o jornalismo cidadão, jornalismo open-source, jornalismo colaborativo e jornalismo participativo.

Palavras-chave: Informação via *Twitter*. Cultura de nichos. Participação.

CARNEIRO, Camila. **Informação jornalística no *Twitter***: o estudo de caso da **Burning Sun**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2019.

ABSTRACT

This research aims to understand how Twitter informs a Brazilian audience of a specific niche about international journalistic news, intending to comprehend how the social media users participate in informing and disseminating news in which the too segmented topics don't receive a deep coverage on Brazilian traditional journalistic newspapers. To do that, it was done a case study of the night-club Burning Sun scandal, from South Korea, using the method of Content Analysis on news published in traditional Brazilian newspapers and on tweets.

The research uses theories about participatory culture, niche culture and the modern business patterns for journalism, focusing on social media influences. The research concluded that the Twitter users take on diverse independent roles as editors, curators, commentarists and disseminators, reshaping themselves in a way that gives them more protagonism in the act of informing, mostly when there's lack of coverage in traditional newspapers. Therefore, the users' role resembles types of non-traditional journalism such as citizen journalism, open-source journalism, collaborative journalism and participatory journalism.

Key words: Information via Twitter. Niche culture. Participatory culture.

SUMÁRIO

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | 08 |
| 2 | TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO SOB INFLUÊNCIA DA CULTURA DIGITAL..... | 13 |
| 2.1 | Cultura da participação pela conexão..... | 15 |
| 2.2 | Segmentação dos conteúdos, cultura de nichos e curadoria..... | 17 |
| 3 | MÍDIAS SOCIAIS <i>ONLINE</i>: REMODELAGEM DA PRODUÇÃO E DO CONSUMO DE INFORMAÇÃO..... | 22 |
| 3.1 | Mídias sociais influenciando na prática jornalística..... | 23 |
| 3.2 | <i>Twitter</i> como espaço de jornalismo e disseminação de informações..... | 25 |
| 3.3 | Jornalismo cidadão, jornalismo <i>open-source</i> , jornalismo colaborativo e jornalismo participativo..... | 29 |
| 3.4 | Elementos jornalísticos na composição noticiosa no <i>Twitter</i> | 31 |
| 4 | ESTUDO DE CASO DA BOATE <i>BURNING SUN</i> NO <i>TWITTER</i>..... | 35 |
| 4.1 | Apresentação da Metodologia..... | 37 |
| 4.2.1 | <i>Análise da mídia tradicional em notícias sobre o caso</i> | 41 |
| 4.2.2 | <i>Análise das narrativas informativas no Twitter sobre o caso</i> | 48 |
| 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 57 |
| | REFERÊNCIAS..... | 59 |

1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico da cultura digital que marcou as últimas décadas transformou as relações humanas e a rotina diária das pessoas, bem como o funcionamento de grandes indústrias, como o caso do jornalismo. Nesse contexto, uma das características que o advento da *Internet* e a conexão *online* proporcionaram às pessoas foi a possibilidade de produção e postagem de conteúdo livremente, impactando a forma de produção, circulação e consumo da informação, como a potencialização da participação direta de usuários da *web*. Esse cenário criou, além de outras mudanças, um perfil diferente da cultura jornalística tradicional. Atualmente, o jornalista não é mais o protagonista, detentor do poder da informação. Ao contrário, ele divide espaço com outros atores participantes no contexto das mídias digitais.

Assim, aliado a essa potencialidade da produção e postagem de conteúdo *online* possível com facilidade para qualquer indivíduo, empresa, grupo, etc, há um aumento do leque de informações e conteúdos disponíveis que os públicos podem consumir. Dessa forma, considera-se a variedade e o livre acesso do público aos mais diversos assuntos, dando maior autonomia na escolha do consumo de cada um.

Em consequência, apesar do excesso de informação que gera a necessidade de uma curadoria da informação (CORRÊA, 2012), por outro lado, ocorre a potencialização da produção de conteúdos segmentados, isto é, voltada a interesses específicos de públicos variados. Especialmente em casos de culturas segmentadas, de nichos muito específicos e de assuntos internacionais, pode ocorrer a falta de uma “cobertura” de veículos tradicionais. Dessa maneira, o público específico que quer entender as notícias sob uma perspectiva contextualizada e em tempo real, acaba tendo que utilizar das mídias sociais para isso.

Um exemplo desse fenômeno é o caso da boate sul-coreana *Burning Sun*, que aconteceu no fim do ano de 2018 e início de 2019. A boate recebeu denúncias de crimes graves que incluem prostituição, filmagens sexuais explícitas gravadas sem consentimento, uso de drogas ilícitas e corrupção policial, com grandes nomes envolvidos - de políticos, jornalistas, celebridades, empresários, etc.

Nessa abordagem de entender como ocorre a divulgação de notícias segmentadas, a pesquisa tem como tema a investigação da função dos usuários do *Twitter* na produção e disseminação de informações, em consequência da pequena abordagem de assuntos muito especializados no jornalismo tradicional, a partir do caso *Burning Sun*, de forma a refletir se

participação do público representa o jornalismo cidadão, jornalismo colaborativo, *open source*, ou a disseminação de informações ou boatos.

Uma rápida pesquisa na *internet* mostra escassez de conteúdo sobre o referido assunto em veículos tradicionais brasileiros. Porém observa-se a produção de informação via mídia social *Twitter*. A partir disso, surgem questionamentos: A forma de produção dessa informação que passa a ser veiculada em casos específicos via *Twitter* pode ser considerada notícia? Qual a sua diferença em relação à informação e à disseminação de boatos via comentários em mídias sociais e compartilhamentos de mensagens não apuradas?

Diante disso, surge a questão que norteia este trabalho, a partir do caso midiático *Burning Sun*: como o *Twitter* informa o público brasileiro sobre pautas jornalísticas internacionais para um público segmentado?

A emergência da cultura de nichos (ANDERSON, 2006) impacta o consumo das sociedades e, conseqüentemente, os assuntos de interesses específicos. Por isso, a pesquisa - que aborda notícias e informações disseminadas no *Twitter* sobre o caso da *Burning Sun*, que estão relacionadas a um universo segmentado - justifica-se como uma necessidade de melhor compreensão das coberturas midiáticas a respeito das culturas de nicho, pois esse fenômeno acontece em razão das frequentes transformações sociais causadas pelos avanços tecnológicos e que, conseqüentemente, impactam o campo do jornalismo. Assim, é necessário abordar os estudos das adaptações do jornalismo para se adequar à *internet*, especialmente nas condições de produção do agendamento, processo de apuração, feitura e divulgação de uma notícia na plataforma de mídias sociais como o *Twitter*, para compreender as condições de transformações do jornalismo e as características dos fenômenos contemporâneos.

Neste cenário, também é importante contextualizar que não existem muitas pesquisas no campo da comunicação que realizam estudos da produção e disseminação de informações de nicho, especialmente no caso de notícias internacionais que dependem da participação ativa do usuário de mídias sociais, como no caso do *Twitter*, objeto dessa pesquisa.

Apesar desse fenômeno tentar preencher essa lacuna que há no jornalismo tradicional, há a possibilidade das informações estarem sendo disseminadas por um não jornalista, ou seja, leigo no processo de apuração jornalística; portanto, entender como

ocorrem esses processos de disseminação da informação e a sua relação com a cultura da colaboração nas redes digitais é relevante.

Desse modo, o objetivo geral da pesquisa é compreender como acontece a participação dos usuários do *Twitter*, não necessariamente jornalistas, a partir da divulgação do caso da *Burning Sun*, informando e disseminando notícias internacionais. Como objetivos específicos, pretende-se: descrever os acontecimentos noticiados pela mídia tradicional do escândalo da boate *Burning Sun* no final de 2018 e início de 2019. Também é objetivo específico: investigar, em contraponto, como o escândalo midiático foi veiculado no *Twitter* e o desdobramento da informação; compreender qual a função do *Twitter* na produção de informação não abordada nos veículos tradicionais e sua aproximação com o campo do jornalismo; e promover uma discussão sobre a diferença entre jornalismo cidadão, colaborativo, participativo e informação no caso específico, e que impactos esse fenômeno implica ao jornalismo.

Para isso, como metodologia, a pesquisa realiza o estudo de caso da boate *Burning Sun* a partir de categorias elencadas por recorrência, seguida da análise de conteúdo. Esse tipo de análise em método misto, segundo Raquel Recuero (2018, p. 13), é uma forma de extrair de textos algum tipo de sentido, sistematicamente. É uma técnica que classifica e categoriza conteúdos a partir da observação de similaridades, objetivando inferir componentes nesses dados. Essa técnica de Recuero é feita baseando-se na análise de conteúdo criada e conceituada pela autora Lawrence Bardin (2011), que explica ser

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2011, p. 47).

De forma mais específica, o modo de realização da análise de conteúdo ocorrerá a partir de duas etapas comparativas. Primeiramente é feita uma busca no *Google Trends* para se descobrir o mês em que o assunto foi mais comentado no Brasil; com isso, então, parte-se para a busca de notícias postadas na *Internet* nesse mês específico em veículos tradicionais brasileiros, encontrados a partir das palavras-chave “*Burning sun*” e “Coreia do Sul” no buscador *Google*. A opção foi a utilização de ferramentas que limitam o período das postagens, a escolha da língua portuguesa nas postagens de veículos jornalísticos do Brasil e

a seleção na busca por ordem de relevância, permitindo encontrar o material mais selecionado do que foi previamente apurado por meio de matérias jornalísticas e divulgado nas redes em jornais tradicionais no Brasil durante o período.

Em seguida, também é realizada a análise de conteúdo a partir de alguns elementos que atuam na composição da notícia, selecionados para o tema e que atuarão de forma complementar na análise. Recuero (2018, p. 15) trata também sobre a importância do recorte de uma unidade menor que servirá como coleta de dados. O objetivo da coleta das informações advindas da cobertura de veículos midiáticos tradicionais é a realização de uma comparação do modo de produção das informações e estrutura jornalística em relação ao mesmo conteúdo/assunto disseminado na mídia social *Twitter*. Nessa etapa, a coleta é feita a partir das informações referentes ao primeiro semestre do ano de 2019 - momento em que assunto teve maior destaque online, apesar de o caso ter se iniciado em 2018, selecionado na mídia tradicional.

Após a realização dessa primeira triagem, o segundo passo é a realização da abordagem do fato repercutido na mídia social *Twitter*. O motivo da escolha deve-se ao interesse em saber como funciona o seu uso para disseminação de informações na atual cultura de nicho. Para entender como o *Twitter* auxilia na coleta de dados de *posts* sobre o caso *Burning Sun*, o *corpus* ocorre pelos *tweets* que mais tiveram repercussão (com mais *retweets*, respostas e citações) a partir da seleção das datas de maior repercussão segundo o mesmo período de tempo e dados levantados pelo *Google Trends*. O critério de escolha dos *posts* foi a partir do uso das *hashtags* e da procura com palavras-chaves ‘*Burning Sun*’ e ‘*Coreia do Sul*’, que tratam de divulgação e produção de informação sobre o tema. Vale destacar que esses conteúdos serão analisados de acordo com os seguintes elementos de semelhança entre os *tweets* e as características da produção jornalística: 1) o lead, 2) a utilização de verbos de ação na divulgação dos *posts* com 280 caracteres, 3) postagens de *links* com fontes de matérias sobre o assunto, 4) divulgação de falas de entrevistados e de fontes relacionadas ao assunto sobre a repercussão do caso. De forma complementar ao desenvolvimento do trabalho, o segundo capítulo, "Transformações no Jornalismo sob influência do digital", trata-se da cultura de nichos, segmentação de conteúdos e cultura da participação pela conexão e utiliza como referencial teórico, principalmente, os autores Chris Anderson (2006) e Henry Jenkins (2014).

Em seguida, o capítulo 3, "Mídias sociais online e a remodelagem da produção e o consumo da informação", discorre mais diretamente sobre as mídias sociais e como elas influenciam a prática jornalística. O destaque é dado a como o *Twitter* se insere no contexto jornalístico e de disseminar informações, além de conceituar as distinções do jornalismo *open source*, cidadão, colaborativo e participativo, notícia e o boato aplicados nas informações disseminadas na mídia social. São utilizados conceitos teóricos de autores como Raquel Recuero (2015), Sylvia Moretzsohn (2014), Inês Aroso (2013) e Marcos Palacios (1999).

Em sequência, no capítulo 4, é feito o estudo de caso das informações disseminadas sobre a boate *Burning Sun* no *Twitter*, de forma a contextualizar o assunto em si e a realizar um estudo demonstrativo da mídia tradicional sobre o caso. Também é apresentado o recorte de postagens dos *tweets*, a análise e o método por recorrência. Por fim, o capítulo 5 conta com as considerações finais, apresentando os resultados obtidos.

2 TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO SOB INFLUÊNCIA DA CULTURA DIGITAL

O jornalismo passou por grandes transformações nas últimas décadas, em consequência das mudanças tecnológicas que impactam a vivência social. A Era da Informação (CASTELLS, 1999, p. 07), somada ao advento da *Web 2.0* (O'REILLY, 2005, p. 01) possibilitou que a comunicação fosse transformada de uma lógica de produção e entrega da informação, passando de "um-muitos" para "muitos-muitos", de forma a horizontalizar algumas produções por parte de pessoas não necessariamente especialistas. Assim, o modelo de décadas passadas de acesso à informação e o poder de transmiti-la antes estava reservado para um pequeno grupo e conglomerado midiático. Hoje, na contemporaneidade, ocorre uma transformação da comunicação em massa para a comunicação em rede, uma vez que as Tecnologias de Informação e Comunicação foram responsáveis por mudar uma estrutura que já estava consolidada (CASTELLS, 1999, p. 12)

A autora Luciana Mielniczuk (2003, p. 30) destaca uma classificação do jornalismo na *web* que teria passado por três momentos: a fase da transposição, da primeira geração, em que os conteúdos eram meras reproduções dos jornais impressos; a fase da metáfora, da segunda geração, marcada pelas tentativas de explorar as características e potencialidades oferecidas pela rede, como *links* ou uso do *e-mail* para comunicação com o leitor, além de recursos do hipertexto; e a fase do webjornalismo, a terceira geração, quando observa-se tentativas de utilizar efetivamente as potencialidades oferecidas pela *web* para a produção jornalística apresentando, por exemplo, o uso de diversas multimídias. No entanto, a autora salienta que essas etapas não são fases excludentes entre si, já que produtos de uma geração podem apresentar características de outra.

Já numa perspectiva mais atual, o autor António Fidalgo (2007) aponta que atualmente o jornalismo digital se encontra na quarta geração, a da base de dados, cuja principal característica é potencializar a precisão e contextualização segundo ele de um modo extraordinário, já que "representa a forma de fazer [...] sistemática, tecnologicamente avançada, e mesmo científica, na medida em que é perfeitamente quantificada e controlada." (FIDALGO, 2007, p. 115).

Como elementos que marcam a forma de produção jornalística na *Internet* e as suas potencialidades, Marcos Palacios (1999), ao estudar elementos presentes no jornalismo

desenvolvido para a *web*, aponta cinco características principais: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Especificamente sobre esses elementos, a quarta geração do jornalismo de dados apontaria para formas de divulgação de informação cada vez mais personalizadas - devido à seleção própria dos algoritmos - e segmentadas para públicos de nichos específicos.

Ainda nesse contexto, é preciso destacar o que Elias Machado (2007) aponta nesse formato emergente de jornalismo, marcado por narrativas interativas. Para ele, a interatividade desperta o interesse e a participação do público, especialmente se, hoje, considerarmos os *smartphones* como plataforma primordial de acesso a todo esse conteúdo, ocasionando o facilitado processo de *feedback* e emissão de mensagem por parte do público usuário da rede no processo de disseminação da informação, o que se mostra presente no caso das intenções e divulgações via *Twitter*.

Assim, em consequência dessas características do digital, considerando que qualquer usuário da rede pode publicar informações, observa-se conseqüentemente, no jornalismo, um distanciamento do modelo tradicional. Nesse sentido, os autores Alex Primo e Marcelo Träsel (2006) observam que o novo papel do jornalista se assemelha ao que pode ser definido como uma junção de um bibliotecário e repórter, já que

Devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la. Não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque pode-se publicá-las todas. Nota-se um deslocamento da coleta de informação para a seleção da mesma. Assume-se um papel semelhante ao de um bibliotecário. É claro que alguém ainda precisa entrevistar as fontes e analisar dados, e a maioria dos profissionais que lidam com o webjornalismo acabam por assumir ambos os papéis. [...] Do porteiro, passa-se ao vigia. (PRIMO, TRÄSEL, 2006, p. 08).

Esse novo conceito sobre a função do jornalista se distancia do elemento tradicional, uma profissão de pessoas que usualmente reúnem, detectam, avaliam e difundem notícias (KOSZYK, PRUYS, 1976; apud KUNCZIK, 2002, p. 16). Esta ação em que os jornais avaliam e selecionam os assuntos que consideram mais importantes resulta no que é conhecido como *gatekeeping* (BRUNS, 2011, p. 121), atuando como o “portão da informação”. Porém, com as mídias *online*, a capacidade de controle do que é acessado e divulgado para a população, característica jornalística do *gatekeeping*, se remodela para a função que, hoje, teóricos denominam como *gatewatching*, deixando para trás a linha de

produção linear que coloca o jornalista no centro do processo noticioso, elemento comum nas formas de produção do século XX. Essa lógica do *gatewatching*, segundo o autor Axel Bruns (2011), seria causada pela disponibilidade de notícias em tempo real, possibilitada pelas mídias sociais e a maior colaboração dos usuários não jornalistas na produção da notícia. O *Twitter* é um exemplo de mídia social com esse potencial de rapidez e agilidade na divulgação de informações e participação de pessoas *online* que pode colaborar para a disseminação das notícias no momento do acontecimento. Desse modo, o papel do jornalista se desloca para o de acompanhar o que se está sendo informado *online* e checar as informações, além de melhor contextualizá-las.

Considerando isso, é importante compreender o modo de participação do público possibilitado pela conexão, bem como a importância da segmentação dos conteúdos e produtos para públicos de nichos e a curadoria dos conteúdos no excesso de informação, tópicos que serão discutidos nos itens a seguir.

2.1 Cultura da participação pela conexão

Faz sentido abordar a lógica da disseminação de informações segmentadas a partir da participação direta dos mais diversos usuários da *web*. A *Internet* possibilita que potencialmente os usuários criem ou compartilhem conteúdos, além de adicionar comentários e respostas. Na cultura digital, se amplia a influência do público usuário das redes na produção de informações, principalmente os conteúdos de nichos segmentados, como é o caso das práticas estabelecidas na mídia social *Twitter*.

Diante disso, é relevante retomar conceitos sobre o assunto como os do autor Henry Jenkins (2014), o qual chama de cultura da conexão a possibilidade de produzir e compartilhar um conteúdo de maneira muito mais participativa. Como ele exemplifica,

As decisões que cada um de nós toma quanto a passar adiante ou não textos de mídia – quanto a tuitar ou não a última gafe de um candidato a presidente, encaminhar ou não por e-mail uma receita de biscoitinhos de Nieman Marcus, compartilhar ou não um vídeo de uma gaivota roubando numa loja – estão remodelando o próprio cenário da mídia. (JENKINS, 2014, p. 24).

Para o autor, essa mudança para um modelo participativo de cultura faz com que o público não seja mais visto como simplesmente um grupo de consumidores, mas sim pessoas que “estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes” (JENKINS, 2014, p. 06), propagando informações muito além de suas vizinhanças geográficas.

O autor aponta que, apesar de haver diferença em quem consome e quem produz *online*, mesmo aqueles que apenas leem os conteúdos e não realizam a produção ativamente, ainda assim obtêm um potencial de contribuição para o conteúdo. Essa participação seria realizada, por exemplo, através do compartilhamento, da postagem de respostas, entre outras possibilidades.

Jenkins (2014) também ressalta que a cultura da participação já existia antes da era digital, mas a ação foi potencializada com essa nova tecnologia. Ele explica que a cultura da participação é característica de um mundo em que os usuários se tornaram fornecedores de material para outros usuários, o que ocorre de forma mais ampla na era digital. Como exemplo, o autor destaca a mídia *podcasting*, que trouxe o formato do rádio de volta a um meio mais participativo, permitindo a muitos grupos diferentes produzir e circular conteúdo como rádio (JENKINS, 2014, p. 205). Analogamente, essa relação também pode ser observada no caso do *Twitter*, que contribui para a produção e recirculação de conteúdos jornalísticos.

Sobre o assunto específico das mídias sociais, a autora Raquel Recuero (2011) explicita que cada usuário conectado à rede é um emissor em potencial. Ao estudar o *Twitter*, ela ressalta as características específicas da plataforma, como velocidade na publicação e difusão de informações. Esses elementos, segundo destaca, são essenciais para o que ela chama de "boom" informativo que as interconexões geraram (RECUERO, 2011, p. 07), trazendo maior amplitude e poder aos indivíduos *online*, agora mais possibilitados a atuar no contexto do fluxo informativo.

No caso específico da disseminação de informações *online*, é relevante considerar o que o autor Caio Tulio Costa (2014) aborda em relação às influências do digital na participação e conexão das novas gerações. Ele especificamente explicita a diferença entre

“nativos analógicos” e “nativos digitais”, sendo que os analógicos vivenciaram a transformação da sociedade relacionada às novas tecnologias e tentam se adaptar a eles; os nativos digitais, por outro lado, nasceram e cresceram nessa perspectiva e são considerados os protagonistas da *Internet*, já que estão sempre à vontade na rede e atualizados sobre o que acontece no mundo digital. Assim, eles apreendem conhecimento de uma forma diferente, com conteúdos digitais - em aplicativos, nas mídias sociais, em séries de TV, no cinema. Assim, Costa destaca o que ele define como uma disputa entre essas gerações, já que

A essência do primeiro, nativo analógico, é a da solidez dos conceitos, da educação tradicional, da informação distribuída unidirecionalmente. O professor ensina. O jornalista informa. A essência do segundo, nativo digital, é a da liquidez dos conceitos. Ele sabe tanto quanto o professor. Ele não precisa ser jornalista para informar ou opinar. Seus conceitos se moldam às situações assim como os líquidos se ajustam e tomam a forma de seus receptáculos (COSTA, 2014, p. 10)

Deve-se relativizar a comparação feita por Caio Túlio Costa de não diferenciação do jornalista e do amador, do professor e do aluno. Porém, é preciso destacar a capacidade de se moldar naturalmente o conteúdo na cultura participativa, hábito comum dos usuários de mídias sociais como o *Twitter*. Assim, o público de determinado assunto adquire maior liberdade sobre o que prefere postar e compartilhar. Essa potencialidade na escolha do que consome e publica intensifica a formação de nichos de mídia e facilita a segmentação de conteúdos, como será destacado a seguir.

2.2 Segmentação dos conteúdos, cultura de nichos e curadoria

A cultura de nichos é um fenômeno estudado em diversas áreas do conhecimento, tais como publicidade e marketing digital e a comunicação, já que estuda o consumo de mercado nas diferentes épocas e seus desdobramentos. A autora Maria Celeste Mira (2001, p. 02) aponta que os estudos relacionados ao consumo segmentado iniciaram na área da publicidade, fruto de uma época em que houve queda nas vendas em produtos similares. Isso fez com que o mercado sentisse necessidade de buscar conhecer melhor o consumidor, para melhor entender o que estava ocasionando o problema nas vendas. Essa segmentação seria

gerada pelo desenvolvimento da demanda do público especializado, com diferentes necessidades e que desejam produtos específicos.

No campo do jornalismo também é observada uma relação, a partir da lógica de que desse fenômeno altera as formas de produção, disseminação e circulação de conteúdos e potencializa cada vez mais a segmentação dos produtos e informações especializadas, voltados a interesses específicos. Já em um contexto da cultura digital, o autor Chris Anderson (2006) explica que, atualmente, os consumidores “em vez de avançarem como manada numa única direção, agora se dispersam ao sabor dos ventos” (ANDERSON, 2006, p. 05).

Neste sentido, abre-se oportunidade para outros mercados segmentados, o que o autor conceitua como “cauda longa” (ANDERSON, 2006). O nome cauda longa faz referência a um gráfico de estatística com a curva de demanda antes e depois da tecnologia intensificar a cultura de nichos.

O autor exemplifica o termo com um gráfico de vendas de uma loja: a "enorme procura pelas principais faixas [musicais] [...] despencando abruptamente e se estende numa cauda cada vez mais baixa, abrangendo as músicas menos populares" (ANDERSON, 2006, p. 15). De modo mais claro, o gráfico representa a venda inicial de produtos *hits* no mercado e, logo após, apresenta um decréscimo nas vendas em termos de quantidade. Porém, o consumo dos produtos passa a seguir a lógica da segmentação em rede, para nichos especializados que se tornam constantes e tendem ao infinito, o que se aparenta com a representação imagética da cauda longa como a de um dinossauro, tal como mostra a Figura 1 a seguir.

Figura 1 - Gráfico demonstrativo da cauda longa



Fonte: Anderson (2006, p.17).

Portanto, a emergência dessa cultura de nichos impacta o consumo das sociedades e, conseqüentemente, os assuntos de interesse do público - fruto da liberdade de escolher o que se quer consumir, possibilitando uma abertura aos temas específicos, abordados ou não pelo jornalismo.

O autor também destaca a importância da seleção da informação em meio ao excesso de produtos e conteúdos na cultura digital, já que,

Sob uma perspectiva mais genérica, logo fica claro que a idéia da cauda longa tem a ver, realmente, com a economia da abundância — o que acontece quando os gargalos que se interpõem entre a oferta e demanda em nossa cultura começam a desaparecer e tudo se torna disponível para todos. (ANDERSON, 2006, p. 11).

Desse modo, em um cenário com a produção excessiva de conteúdos, a cultura de nichos se potencializa em decorrência do acesso ilimitado a diversos tipos de informação, produzidas desde por aqueles que dominam a mídia até aqueles que não têm tanta popularidade convencional. Para o autor, isso acontece porque o número de alternativas que

competem entre si pela atenção do público é gigantesca e, por isso, é necessária a segmentação dos conteúdos. A seleção das informações e conteúdos em contrapartida ao excesso disponível *online*, já que não é possível o consumo de tudo, seria uma das características do que uma vertente de teóricos chamam de curador digital.

O autor Tarcízio Silva (2012) contextualiza a correlação entre cultura de nichos e curadoria digital, já que "a curadoria é, quase que necessariamente, acompanhada de uma estrutura de nicho, para públicos menores" (SILVA, 2012, p. 78). Essa curadoria, segundo as autoras Elizabeth Saad e Daniela Bertocchi (2012), acontece no momento em que a informação passa a ser excessiva. "O fato de alguém nos dizer 'preste atenção nisso e não naquilo' dá a este alguém o *status* do que está se chamando atualmente no campo da comunicação como 'curador'" (SAAD; BERTOCCHI, 2012, p. 13). O termo curadoria vem do campo das artes, relacionando-se aos museus e seus acervos, onde o curador tem a legitimidade para selecionar, organizar e apresentar algo a partir de algum critério próprio, realizando conexão entre o público e as pessoas com as propostas e exposições. Saad e Bertocchi (2012) ainda explicam que, além disso, agora o papel do curador digital é o de remediar, selecionar públicos, recorrer à base de dados e ser capaz de curar os conteúdos de modo único, agregando valor. Dessa forma, o exercício da curadoria pode ser possível por qualquer cidadão conectado.

Porém, essa abertura ao não especialista ocasiona a problemática da maior possibilidade de não serem considerados aspectos éticos para disseminar uma informação. Em consequência disso, a credibilidade daquilo que é informado passa a ser comprometida e o eventual espalhamento de boatos é facilitado. Isso se potencializa ainda mais quando há a limitação linguística, ou seja, quando a informação provém de uma região ou país de diferente idioma, dificultando a possibilidade de verificação da veracidade da informação - como é o caso de notícias da Coreia do Sul.

Portanto, apesar da curadoria ser uma atividade aberta para que qualquer usuário a exerça, na função do trabalho do comunicador ela é inerente (HOLTZ, 2011 apud CORRÊA; BERTOCCHI, 2012, p. 36). Da mesma forma, Bardoel e Deuze explicam que essa é uma tarefa necessária ao jornalista, já que

com o aumento explosivo das informações em uma escala mundial, a necessidade de oferecer informações sobre informações se tornou uma adição crucial às habilidades e tarefas do jornalismo [...]. Isto redefine o papel do jornalista como um papel de anotador ou de orientador, uma mudança do cão de guarda para o “cão guia”. (Bardoel; Deuze, 2001, p. 94).

Assim, esse papel necessário à comunicação na contemporaneidade se caracteriza pelo que as autoras afirmam ser a necessidade de "pensar fora da caixa" a partir de multitarefas, já que “é uma dinâmica de mediação/re-mediação [reutilização das informações] contínua entre públicos, fontes, sistemas, ferramentas e sociabilidades.” (CORRÊA; BERTOCCHI, 2012, p. 37).

Segundo Tarcísio Silva (2012), muitas ações dos usuários da web são de curadoria digital, já que nas mídias digitais apontam para a possibilidade de as pessoas escolherem "a dedo ‘o quê’ e ‘como’ destacar" (SILVA, 2012, p. 78). Ele explica também que essas ações se relacionam com as representações dos indivíduos na web, uma vez que os usuários, com as postagens, passam a deixar seus traços e características em sites como *Facebook* e *Twitter*.

Em relação a isso, considerando o contexto do caso da boate *Burning Sun* - assunto muito especializado e de público segmentado e com o fator do limitador da língua, que ocorreu na Coreia do Sul, ocasionando na pouca informação disponível -, o usuário das mídias sociais, como o *Twitter*, adquire o potencial de disseminador e curador.

Essa seria uma dinâmica em rede de uma relação em que o curador conquista a confiança para com o público, construindo credibilidade ou apenas disseminando informação. Porém, por outro lado, para que a confiança na informação aconteça, ele precisa de um bom histórico para se estabelecer como fonte e filtro confiável e atuar na conquista dos demais usuários em relação ao grupo que representa.

A fim de entender como as tecnologias digitais, a participação *online* e a cultura de nicho estão relacionadas ao jornalismo, o capítulo a seguir trará a discussão da remodelagem da produção e consumo da informação sob a lógica das mídias sociais.

3 MÍDIAS SOCIAIS *ONLINE*: REMODELAGEM DA PRODUÇÃO E DO CONSUMO DE INFORMAÇÃO

No cenário contemporâneo, a tecnologia possibilitou o fácil acesso às informações *online*, assim como a publicação destas por qualquer usuário. O chamado jornalismo pós-industrial (SHIRKY, BELL, ANDERSON, 2013) faz com que o papel do jornalista passe de uma função de protagonista a coadjuvante, no sentido de que não mais apenas ele possui o poder de veiculação da informação. Na mesma lógica sobre a perda do *status* de comando da informação por parte do profissional de jornalismo, a autora Inês Aroso destaca:

neste novo sistema midiático, da era digital, o receptor também é emissor, com poder e controle sobre o conteúdo. O jornalismo está deixando de ser monopólio do jornalista. O jornalismo tem que descer de seu pedestal, pois não é mais feito de cima para baixo. (AROSO, 2007, p. 05).

Considerando que o jornalista não mais é responsável único pela publicação de informações, para os autores Clay Shirky, Emily Bell e Chris Anderson (2013) ocorre uma crise na indústria jornalística, devido à transformação dos modos de produção. No novo contexto, os cidadãos passam a ter maior liberdade para se comunicar, distanciando-se das limitações que os antigos modelos da imprensa escrita implicavam. Segundo exemplificam, "não há como olhar [...] para a cobertura de manifestações de protesto via celular, e acreditar que só profissionais e instituições da imprensa podem tornar a informação pública" (SHIRKY, BELL, ANDERSON, 2013, p. 07).

Dessa forma, eles apontam que o jornalismo se adapta a um mundo que transformou o que antes era conhecido por audiência, leitor ou espectador, no que hoje podemos definir como um "usuário/editor" de conteúdo.

Para isso, esse capítulo pretende demonstrar como as mídias sociais estão influenciando e transformando a prática jornalística tradicional. Em seguida, de forma mais específica, como essas relações se estabelecem nas trocas sociais de informação na plataforma *Twitter*. Essa disseminação de conteúdo pode ser considerada um serviço de jornalismo cidadão, uma abertura à participação de diversos públicos (*open source*), um jornalismo participativo, colaborativo ou apenas a disseminação de boatos? Nesse aspecto, é necessário identificar elementos do jornalismo tradicional que estejam presentes na forma de

construção da informação em 280 caracteres sobre um segmento ou notícia específica, como no caso da boate *Burning Sun*.

3.1 Mídias sociais influenciando na prática jornalística

As mídias sociais mudaram o mundo em que vivemos hoje no século XXI. A sociedade é estudada permeada por redes digitais e as mídias sociais possibilitam interações discursivas realizadas em larga escala (RECUERO, 2015, p. 22). Segundo a autora Raquel Recuero (2015), as mídias sociais são plataformas vistas como espaços de representação, ou seja, como locais de fala dos mais diversos indivíduos.

Ainda como afirma a autora, o conceito de redes sociais, de nome auto-explicativo, se refere aos agrupamentos sociais que unem indivíduos, realizando conexões e laços sociais. Ele se difere das mídias sociais por poder se estabelecer em espaços *off-line*, como em comunidades. Como um fenômeno emergente, que surgiu após a apropriação dos usuários aos sites de redes sociais (RECUERO, 2015, p. 29), as mídias sociais são novas plataformas de comunicação entre indivíduos e suas produções - ambientes onde é possível criar um perfil ou página pessoal, a interação por meio de comentários e a exposição dos atores sociais participantes, além da conversação (RECUERO, 2009, p. 30). A autora explica a distinção dos conceitos:

Mídia social para mim é aquela ferramenta de comunicação que permite a emergência das redes sociais. [...]. Mídia social, assim, é social porque permite a apropriação para a sociabilidade, a partir da construção do espaço social e da interação com outros atores. Ela é diferente porque permite essas ações de forma individual e numa escala enorme. Ela é diretamente relacionada à Internet por conta da expressiva mudança que a rede proporcionou. (RECUERO, 2009, p. 59).

Considerando que as mídias sociais conectam grupos e dão a eles locais de fala, reforçando, assim, a cultura de nichos, a demanda de informações sobre temáticas também se segmenta. Assim, é preciso refletir como jornalismo, agora *gatewatching*, sofre influência das mídias sociais e se ele se distancia cada vez mais da rotina jornalística tradicional. Nesse contexto, ocorre a frequente remodelagem do cenário do jornalismo tradicional e a rotina de

produção da notícia tradicional passa ser questionada, em meio a alguns aspectos e situações recorrentes na cultura digital.

Axel Bruns (2011) explica que o receptor também ganha a possibilidade de ser o emissor em um contexto de "transição de uns poucos jornalistas seletos com acesso privilegiado às fontes chaves para um esforço difundido com fontes múltiplas, envolvendo uma multidão de usuários com interesses diversos" (BRUNS, 2011, p. 124), abrindo ainda mais o leque de possibilidade de tratar uma faixa muito mais ampla de temas.

Assim, considerando as características das mídias sociais supracitadas bem como o conceito de jornalismo pós-industrial, o papel do jornalista, conseqüentemente, segundo Shirky, Bell e Anderson (2013, p. 38), se desloca à contextualização, interpretação e checagem das informações que circulam *online*, produzidas e postadas pelos usuários.

Por outro lado, um aspecto positivo que os autores apontam nesse processo remodelado é a possibilidade do cenário jornalístico de, hoje, explorar novas formas de colaboração, ferramentas de análise e maneiras de comunicar as informações.

Outro aspecto relevante que as mídias digitais influenciam no jornalismo é consequência do que o autor Caio Túlio Costa (2014) aponta como uma superdistribuição. Em um contexto de explicação da necessidade do surgimento de novos modelos de negócio no jornalismo, segundo o autor, o modo de compartilhamento e distribuição de textos impactam o fazer jornalístico. Ele destaca que atualmente a preocupação dos jornais não é apenas em aumentar a audiência do site, mas, também, fazer com que usuários da rede consumam seus conteúdos nas diversas plataformas sociais, já que os internautas passam tempo considerável em mídias sociais como *Twitter* e *Facebook*. Assim, o papel dos jornais deve envolver o monitoramento *online* - tanto com o nome da marca (assim como qualquer empresa deve fazer), quanto como são os movimentos e reações nas redes sociais após as publicações. Dessa forma, descobre-se como trabalhar conteúdos de modo a garantir maior audiência, aumentar a relação com as pessoas que compartilham e também servir como instrumento para pautas, acompanhamento de eventos e os desdobramentos que se obtêm na rede. Serve-se ainda como instrumento para entender a opinião dos internautas consumidores e acompanhar a consequência dos fatos. Dessa forma, o trabalho do jornalista, além de ser o de produtor de conteúdo, também deve ser o de agente monitorador nas redes (COSTA, 2014, p. 85).

Isso é importante pois entender o público *online* possibilita também compreender as preferências destes, e em, consequência, o material produzido pelo jornalista pode ser adaptado, a fim de obter maior visibilidade. A importância do monitoramento ocorre, também, pelas características específicas de as mídias sociais serem diferentes umas das outras. Em relação a isso, Costa utiliza os exemplos de que

um tuíte com 110 caracteres tem mais chance de ser reproduzido do que um tuíte completo, de 140 caracteres. Ou que postar no melhor horário do Twitter (entre 14h e 17h e, depois, entre 20h e 22h) vai fazer seu post ser muito mais visto.[...] Ou que legenda em português para conteúdos em outras línguas aumenta consideravelmente a audiência do vídeo. Ou que postar regularmente em qualquer rede ajuda a fidelizar a audiência. Que a interação com o público é mandatória. Ou que o uso de palavras-chave (as chamadas “tags”), títulos (sim, há empresas que postam vídeos sem títulos), e fotos diminutas para divulgar os vídeos (os “thumbnails”) são indispensáveis. (COSTA, 2014, p.87).

Considerando as mídias sociais como plataformas cujas características são próprias e podem ter usos diferentes, faz sentido abordar, em específico, como o *Twitter* tem atuado como espaço de disseminação da informação jornalística - incluindo as relacionadas a casos internacionais, como os da Coreia do Sul.

3.2 *Twitter* como espaço de jornalismo e disseminação de informações

Um dos elementos principais da mídia social *Twitter* é a importância da disseminação momentânea da informação, pela rapidez e o fluxo do alastramento das mensagens nas redes sociais *online*. Isso é potencializado por ser uma plataforma que é mais utilizada via celular (GOMES, 2014) fazendo com que as publicações e também consumo de postagens sejam feitos de forma curta, simples e rápida.

Considerado um micromensageiro pelas autoras Raquel Recuero e Gabriela Zago (apud. RECUERO, 2011) - por permitir antes de 2017 a transmissão de uma informação em um limite de apenas 140 caracteres, o que foi posteriormente atualizado para postagens de até 280 caracteres (TWITTER..., 2017), o *Twitter* é uma mídia social que possui algumas ferramentas próprias que interferem na forma de disseminação da informação.

A exemplo, o que permite a visibilidade de uma postagem no *Twitter* é a *hashtag* (#) somada ao uso de uma palavra-chave, elemento essencial a ser destacado que funciona como agregador de conteúdos e informações que estão sendo disseminadas. Ela se caracteriza como uma "panfletagem", cuja motivação é espalhar uma ideia na rede pela concentração de comentários de um assunto e obter apoio de outros usuários (RECUERO, ZAGO, BASTOS, 2014), além de ser uma maneira de "etiquetar" um post (PRIMO, 2008). Mais explicitamente, ao destacar a importância da *hashtag*, considera-se que

o emprego de tags para organizar a informação pode tanto servir para quem compartilha uma informação que entende relevante ao ponto de ser posteriormente recuperada (através de uma busca pela tag) ou ainda para aqueles que buscam determinadas informações, e podem depender de outros que já tenham marcado suas informações com aquela mesma tag. O caráter jornalístico estará no conteúdo da informação que contém a hashtag. As informações podem ainda ser acessadas diretamente por busca pela palavra-chave. (ZAGO, 2011, p. 13).

Por isso, na perspectiva em que procura-se informação sobre um assunto de nicho muito específico em mídias sociais, como no caso do *Twitter*, o uso da *hashtag* e palavras-chave é relevante.

Outra ferramenta que facilitou a reunião de informações sobre uma pauta específica comentada no *Twitter* é o *moments*, que reúne postagens a partir de tópicos, facilitando a procura de informações sobre um assunto específico. Ferramenta recente, lançada no Brasil em 2015 (FEITOSA, 2015), os *moments* facilitam a reunião de fluxos de comentários dos usuários em momentos de picos de audiência/uso e interação geradas sobre determinado assunto polêmico, notícia ou informação.

Neste sentido, é relevante pensar como os algoritmos atuam na seleção de mais informações sobre um assunto segmentado, uma vez em que são um ecossistema que privilegia algumas postagens, dando a elas mais visibilidade, de acordo com o que o usuário interage. Assim, “quanto mais *retweets* [recompartilhamento de uma mensagem] um *tweet* [postagem] recebe, mais visível ele se torna e mais *retweets* ele continua recebendo” (RECUERO, 2015, p. 28). A interferência dos algoritmos sobre as informações disseminadas na mídia social *Twitter* influencia no alcance que as publicações podem ter.

Além disso, a linguagem e as ferramentas utilizadas no Twitter contribuem para a rapidez na publicação de informações, para o fácil acesso via *smartphones* marcado pela ubiquidade dos espaços, além de marcarem a possibilidade de grande quantidade de emissores de uma mensagem, características que tornam a mídia social relevante e útil ao discutir o impacto do *Twitter* na produção de notícias. Neste sentido, o *Twitter* se caracteriza como uma plataforma útil para a disseminação de informações e opiniões, considerando, também, a facilidade e praticidade das publicações na plataforma, devido ao caráter instantâneo e curto das postagens.

Para Recuero (2015), esses ambientes característicos das mídias sociais representam o “boom” para a disseminação da informação, já que, nas redes sociais *online*, as notícias e os conteúdos são amplificados, reverberados e repassados com mais fluidez e agilidade. Recuero também explica a percepção dessas mídias sociais como esferas públicas de opinião, pois, segundo ela,

embora o conceito atravesse diferentes tradições epistêmicas em comum, permanece a referência a um conjunto orgânico e complexo de opiniões que são percebidas de forma conjunta de modo a transcender a ocorrência individual de opiniões na sociedade. (RECUERO, 2015, p. 33)

Ainda para a autora, o *Twitter* enquanto mídia possibilita a formação de uma teia informativa, onde cada usuário influencia na possibilidade da informação ser produzida, circulada e filtrada, atuando também no contexto dos fluxos informativos a partir da construção, modificação e divisão de informações (RECUERO, 2011, p.02). Nesse aspecto, é preciso destacar que é como se houvesse um processo de construção coletiva da informação, e não apenas vinda de uma única fonte legitimadora, o que se aproxima da antiga lógica da construção da inteligência coletiva, de Pierre Lévy (1997), transfigurada nas mídias mais atuais.

Além do fato de mídia social *Twitter* ter a facilidade de redistribuição das informações, é relevante destacar as outras maneiras de participação que o usuário da plataforma pode realizar além da de disseminador dos conteúdos. Os papéis que o usuário da rede digital pode assumir, segundo a autora Inês Aroso (2007, p. 05), são quatro: 1) o de

manter-se apenas como receptor passivo, ou seja, apenas receber a informação no processo de comunicação [ou observador - o *stalker*]; 2) o de emissor, no qual tem a informação para ser transmitida; 3) o de comentador; 4) e o de ruído, que "fala" sem ter nada para dizer, como o *spam*. Embora a autora não trate especificamente da mídia social *Twitter*, sabe-se que é possível considerar esses diferentes usos e apropriações realizadas na plataforma.

A lógica do usuário poder ser tanto emissor quanto comentador é pertinente ao discutir a participação do não jornalista na produção e disseminação de informações, ainda mais se considerar conteúdos de nichos muito segmentados nos quais os meios midiáticos tradicionais não têm costume de abordar.

Nessa relação entre não jornalistas actantes da rede digital e o profissional da notícia, Caio Túlio Costa (2014) considera inevitável a necessidade de monitorar como cada mídia social estabelece uma relação do jornalismo com o público. Em uma crítica ao modo com que o jornalismo profissional é realizado no *Twitter*, Costa menciona que os jornais tradicionais fazem um uso mais comum da plataforma como um reprodutor do *link*, utilizando-o apenas como um gerador de tráfego para dentro de seu site. Para o autor, realizar jornalismo apenas dessa forma, como uma "ponte" do *Twitter* para o site do jornal, é reduzir a sua capacidade de interação e superdistribuição. Uma forma útil e diferente que ele exemplifica é a capacidade de realizar uma discussão sobre um conteúdo, e não apenas a linkagem para a notícia dele (COSTA, 2014, p. 79).

Características do *Twitter* como o seu elevado potencial de distribuição e a possibilidade do não jornalista se tornar produtor e disseminador de informações são responsáveis pela perda do "lugar de fala" de jornalistas (RECUERO, 2011, p.02), em um contexto em que a audiência passou a fazer parte do processo da notícia como construtora, relatora ou debatedora do fato. Com essa "audiência-produtora" emergente, criou-se termos para conceituar e diferenciar o jornalismo baseado na participação do usuário das redes digitais, como é o caso do "jornalismo participativo", "jornalismo *open source*", "jornalismo colaborativo" e "jornalismo cidadão", que serão abordados a seguir.

3.3 Jornalismo cidadão, jornalismo *open-source*, jornalismo colaborativo e jornalismo participativo

É possível observar que o usuário *online* não jornalista passa a ser inevitavelmente integrante relevante na produção da informação e, conseqüentemente, da notícia. Os papéis que ele pode ter são vários, com ações distintas. Para Mark Glaser (2006), a ideia do jornalismo cidadão é a de pessoas sem treinamento profissional que usam ferramentas de tecnologias contemporânea e de distribuição, possibilitadas pelas mídias sociais, para criar, disseminar ou checar a autenticidade de informações. O autor explica que, por exemplo, escrever para o próprio blog pessoal sobre uma assembleia da Prefeitura, ou postar uma foto ou vídeo de um evento relevante da cidade, ou checar a veracidade de uma informação de um jornal a partir de outras fontes são atos que podem ser considerados jornalísticos. Dessa forma, segundo o autor, um cidadão comum pode produzir notícias e distribuí-las amplamente nas redes digitais, ato anteriormente apenas considerado feito por parte dos profissionais do jornalismo. A autora Inês Aroso (2013, p. 04) aponta características do jornalismo com participação de cidadãos como: o fazer ouvir novas vozes, apresentar olhar fresco sobre temas, bem como proporcionar a melhora da relação e proximidade entre jornalistas e leitores.

Segundo o autor João Correia (2010, p. 88; apud AROSO, 2013, p. 04), outras características vantajosas desse jornalismo seriam: a independência de dilemas éticos relacionados à parcialidade por receio de perder dinheiro ou publicidade; a permissão de uma discussão mais substancial da atualidade, a partir da interatividade digital; além da possibilidade de realização da “cobertura” midiática de notícias não encontradas nos meios tradicionais pelo público usuário da mídia social. Essa abertura do espaço para novas vozes aumenta o pluralismo e diversidade informacional, descentralizando o poder que antes estava centrada em grandes empresas.

O jornalismo cidadão também se caracteriza pela intenção de denúncia pública, como um papel social de cidadão consciente quanto às leis ou direitos humanos. Quanto a isso, se destacam, por exemplo, denúncias relacionadas à violência contra a mulher, evidenciando e abordando a desigualdade de gêneros a partir da cultura do país. Considerando a característica fundamental da mídia social *Twitter* de disseminadora de informações e opiniões, observa-se a potencialidade dela para a realização do jornalismo cidadão.

Aroso (2013) também explica que a expressão vem do termo em inglês “*citizen journalism*” e que o conceito se aproxima de outras formas de jornalismo com a participação dos cidadãos, tais como

“jornalismo colaborativo”, “jornalismo open-source”, “wiki-jornalismo”, “jornalismo cívico” e “jornalismo público”. Apesar das diferenças, há um traço em comum: todos se referem a uma atividade pelo qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenha um papel ativo no processo de reunião, análise e disseminação de notícias e informação. (AROSO, 2013, p. 03).

Esses termos coincidem quanto ao significado básico, de que “o cidadão, que pode ser ou não profissional de jornalismo, desempenha a função de transmitir e difundir informação” (AROSO, 2013, p. 07). Essa é uma representação das recorrentes transformações do jornalismo e o surgimento de seus novos modelos, que agora aumentam a presença e importância de não jornalistas no trabalho com a notícia.

Por outro lado, há também categorias de elaboração da informação cujos modos de participação do não jornalista são mais específicos. A autora Sylvia Moretzsohn (2014, p. 254) conceitua que uma dessas formas é o jornalismo *open source* - em português, fonte aberta -, em que a comunidade envolvida se guia na orientação do 'publicar, depois filtrar', contrária à orientação usual da mídia jornalística tradicional de 'filtrar, depois publicar'. Dessa forma, o material que se é divulgado só passaria por um filtro e correção após a publicação dele, o que a autora chama de "lógica de autocorreção propiciada pela troca de informações entre cidadãos ativos" (MORETZSOHN, 2014, p. 06).

Assim, o que tem valor é separado do que é “mediocre” e tem menor importância, segundo a autora, depois de o fato ser divulgado. Nessa lógica, é possível compreender a relevância do papel do jornalista pós-industrial, de checar a veracidade das informações encontradas *online* e contextualizá-las. No caso do *Twitter*, ainda observa-se que a junção de diversas fontes por parte dos usuários, por outro lado, também contribui para a construção de diversas versões e lados de uma notícia.

Moretzsohn (2014) explica que outro tipo de jornalismo, o colaborativo, por outro lado, pode caracterizar-se na possibilidade de um não jornalista poder produzir materiais que seriam utilizados por veículos jornalísticos, numa forma que a autora menciona basear-se na

premissa de que são histórias reais contadas por pessoas reais (MORETZSOHN, 2014, p.08). Isso está relacionado com o potencial de cobertura local. São exemplos: a possibilidade de uma pessoa que testemunhou um acontecimento registrar por meio de imagens e postar online; ou, ainda, quando se trata de notícias internacionais em um diferente idioma, alguém colaborar, realizando a tradução da informação de um veículo tradicional, que tenha feito previamente a cobertura de um acontecimento.

O jornalismo participativo, por outro lado, evidencia a participação informal das pessoas na disseminação e discussão de informações *online*. Observa-se isso acontecer, por exemplo, quando os indivíduos comuns da rede, fãs ou não de determinada temática de nicho, comentam e dão opiniões sobre assuntos - ação que ocorre com frequência naqueles que são segmentados que envolvem figuras públicas e, conseqüentemente, chamam atenção de seus fãs. Nesse caso, não há compromisso com a realidade ou veracidade das informações, potencializando a possibilidade de disseminação de boatos e notícias falsas.

Sob o contexto da participação efetiva do cidadão na produção da informação e compreendendo o impacto que pode haver na produção jornalística profissional, é preciso destacar os elementos essenciais na elaboração da notícia que estão presentes na mídia social *Twitter*, para, a partir desses elementos, facilitar a possibilidade diferenciar o que é notícia, informação ou um boato disseminado na rede digital, tópico que será abordado no item a seguir.

3.4 Elementos jornalísticos na composição noticiosa no *Twitter*

Na elaboração de uma notícia jornalística, deve-se considerar vários aspectos. Primeiro, sua definição: entre os vários conceitos, ressalta-se a do autor Nilson Lage (2015), que apresenta que a notícia é algo que não se sabia ontem, e também uma “informação atual, verdadeira, carregada de interesse humano e capaz de despertar a atenção e a curiosidade de grande número de pessoas” (LAGE, 2015, p. 32). Para o autor, a definição de notícia é o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante e visto a partir de seu aspecto mais importante - sendo que isso depende do dia, do país, da cidade, do jornal, entre outros, ou seja: vários aspectos podem influenciar o seu nível de relevância.

Lage (2017, p. 08) ainda explica que a apuração da informação jornalística deve ser feita a partir dos dados descobertos com as fontes e, para publicar essa informação apurada, ela deve ser transformada na forma de *lead* - mostrando o tempo, lugar, modo, causa, etc. Ele atenta que, nos dias de hoje, os veículos eletrônicos são os principais transmissores de notícias e explica que isso transforma e aumenta o trabalho do jornalista:

Hoje, com os computadores, a responsabilidade do repórter cresce e se diversifica: ele não apenas deve apurar bem, mas formular seu texto como o melhor dos redatores e participar das tarefas de edição: é inevitável comparar essa atividade múltipla com o modelo toiotista, que chegou à indústria ocidental, com a voga dos produtos asiáticos, na década de 1970. Para adequar-se a esse modelo, o operário deve ser versátil e interessado pela totalidade do processo de produção. (LAGE, 2017, p. 09).

Portanto, é relevante que, ao considerar algo como notícia, deve-se levar em conta o critério da produção dela, sobre como foi feita, e seu resultado - por exemplo, como foi apurada e escrita, observando se características e “regras” profissionais foram seguidas tal como montagem do *lead*, checagem das fontes, etc. Dessa forma, torna-se possível diferenciar se o que está sendo produzido e divulgado é, de fato, uma notícia, ou se caracteriza-se mais corretamente como uma informação divulgada abertamente.

Alguns desses elementos característicos do jornalismo, que são relevantes para essa pesquisa e podem ser encontrados num *Tweet*, por exemplo, são: construção das frases na forma do *lead*, utilização de verbos de ação, postagens de *links* com fontes de matérias sobre o assunto e divulgação de falas de entrevistados e de fontes relacionadas ao assunto sobre a repercussão do caso. A presença desses elementos pode ser um indicativo de uma maior apuração, pois o usuário comum da rede digital pode não conhecer essas técnicas da atividade profissional do jornalismo. Porém, deve-se considerar os riscos de ludibriar o leitor que a páginas e informações falsas podem trazer, apesar de utilizarem elementos que se assemelham à notícia jornalística, tal como ocorre com o problema da disseminação das *fake news*.

É relevante destacar, no entanto, que o termo "fake news" é considerado por teóricos e jornalistas como inadequado para se descrever o problema da desinformação produzida, difundida e consumida *online*. Segundo a autora Claire Wardle (2017), "fake news" é uma

expressão simplista e ambígua que não consegue abranger toda a problemática, pois, com desinformação, refere-se a diversos tipos de conteúdos - desde sátiras (feitas para fins de crítica atrelada ao humor, mas que pode enganar quem consome), até uma mentira inventada, com o intuito de enganar. A autora classifica esses diferentes conteúdos em um "ecossistema de desinformações", como mostra a Figura 2 a seguir.

Figura 2: O ecossistema da desinformação



Fonte: Wardle (2017)¹.

Ainda segundo a autora, os diversos tipos de desinformações, mostrados na figura acima, são causados por diferentes motivos, dentre eles: jornalismo insatisfatório, para fazer piada de algo ou alguém, para provocar uma audiência e/ou para exercer influência política. Desde as desinformações que não têm intenção de enganar, até as que são criadas com esse objetivo, a autora aponta que um mecanismo de disseminação em comum da desinformação é a possibilidade de "ser compartilhada pelas pessoas nas mídias sociais, que clicam *retweet* sem checar [a veracidade da informação]" (WARDLE, 2017).

Ao mencionar este problema da disseminação de desinformações via mídias sociais que promove o fluxo e o alastramento de dados, como por exemplo acontece no *Twitter*, é relevante pensar na dificuldade de se encontrar um ponto de origem e de punição de quem foi o primeiro disseminador de determinada mentira, que imite uma notícia. Além disso, é

¹ Disponível em: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>. Acesso em: 03 out. de 2019.

importante identificar a fonte disseminadora de determinada informação e sua credibilidade junto a um público específico, de forma a poder identificar o que seria um boato, ou seja, uma afirmação sem provas, daquilo que é divulgado a partir de fontes confiáveis.

Sobre a definição de boato, destaca-se a do autor Jean Noël Kapferer (1993), que define que ele acontece pelo fato de sujeitos sociais agregarem os próprios sentimentos e interpretações ao construir uma mensagem, repassando-a para terceiros. Percebe-se a proximidade que o boato pode então ter do jornalismo participativo, que é o comentário de um indivíduo sobre um assunto específico. Como o *Twitter* é considerado uma mídia social de esfera pública de opinião, então, a perspectiva crítica da criação e disseminação de boatos é comum. Esse é um problema recorrente a ser enfrentado na mídia social, especialmente quando os sujeitos e fãs estão envolvidos emocionalmente em determinado assunto podem, sem perceber, acabar por disseminar erroneamente uma informação falsa.

Dessa forma, somado ao processo de disseminação da informação por diversos canais e em diferentes extensões (a informação no *Twitter* é resumida e de apenas 280 caracteres, o que aponta para a possibilidade de uma informação manchada, com o uso de verbos em ação para reportar determinado fato, ou ainda a possibilidade de divulgação de links de reportagens), pode-se observar a existência de algumas características noticiosas ou a falta delas nos *tweets*, para que se possa refletir como é realizada a disseminação de informações e notícias sobre conteúdos de assuntos segmentados na mídia social - esta sendo a proposta de análise da pesquisa, feita no capítulo a seguir.

4 ESTUDO DE CASO DA BOATE *BURNING SUN* NO *TWITTER*

O escândalo da boate *Burning Sun*, localizada na Coreia do Sul, tratou de diversas denúncias que o estabelecimento recebeu - o que desencadeou uma série de investigações, debates e protestos no país.

Segundo reportagem da Billboard (KELLEY, 2019) e do portal de notícias *online* da SBS TV (OHANDJANIAN, 2019), a cronologia de eventos do caso teve início em 28 de janeiro de 2019, quando um homem comum, Kim Sang-Kyo, entrou em uma briga física com funcionários da boate *Burning Sun* e, quando a polícia chegou no local, ele foi preso por agressão. Mais tarde, foi divulgado que a confusão se desencadeou pelo fato de Kim ter tentado ajudar uma mulher que estava sendo assediada.

A partir da investigação do caso por câmeras de segurança, foi também descoberto um incidente que aconteceu na mesma noite: de uma outra mulher sendo literalmente arrastada pela boate. Mais tarde, essa mesma mulher, cujo nome não foi divulgado, formalizou uma denúncia de assédio sexual. Depois disso, mais imagens de câmeras de segurança da boate chegaram ao conhecimento público e veículos jornalísticos divulgaram entrevistas com antigos funcionários da boate, alegando recorrentes de uso de drogas ilegais em salas *VIPs*. O envolvimento de celebridades aconteceu, inicialmente, pelo cantor Lee Seungri ter sido um dos investidores da boate na época. Assim, o caso ganhou holofotes.

Maiores investigações foram feitas e, um mês depois, o jornal do canal de TV sul-coreano "*SBS funE*" divulgou imagens de um suposto *chat* de conversa de 2015 entre o músico, Seungri, e o *CEO* da empresa responsável pela boate, sobre oferecer serviços de prostituição para investidores estrangeiros. Depois disso, mais *chats* de conversas do cantor "vazaram". As mensagens sugeriam envolvimento com suborno policial e também gravação e distribuição sem consentimento de vídeos sexuais, as chamadas *molka*.

Molka (contração das palavras "câmera" e "secreta" em coreano) é o nome do fenômeno atual sul coreano recorrente, semelhante ao que conhecemos aqui como pornografia de vingança - que consiste em gravar e distribuir vídeos íntimos sem consentimento. Porém, deve-se levar em conta que, na Coreia do Sul, pornografia é ilegal e o desenvolvimento de tecnologia do país permite o fácil acesso da população à câmeras pequenas e fáceis de serem camufladas, muitas vezes sendo escondidas em lugares públicos, como banheiros femininos. A problemática no país quanto às *molka* já somou mais de 200

mil assinaturas em petições *online* e também mais de 20 mil mulheres em manifestações em Seul, a capital, solicitando endurecimento de leis contra o crime - esse foi considerado o maior protesto feminino na história do país (BRAUN, 2018).

Os acontecimentos descritos acima fomentaram discussões diversas no país, que relacionaram o fenômeno das *molka* com a temática maior do assédio sexual, estupro, prostituição e suborno policial. Casos de crimes antigos foram lembrados e entraram em discussão e no fluxo do debate nas redes digitais, como o da falecida atriz Jang Ja Yeon, que cometeu suicídio em 2009, como contextualiza uma matéria da agência de notícias *Soompi*, sobre a relação do caso de Jang com suborno policial e prostituição:

Ela [Jang Ja Yeon] deixou para trás uma carta revelando que foi obrigada a se prostituir para figuras poderosas da indústria midiática e de negócios. Na época, a polícia limpou a ficha de aproximadamente 10 nomes que foram mencionados na carta da atriz, [de homens] acusados de abuso sexual e o caso acabou apenas com o empresário dela e o *CEO* da empresa em que trabalhava sendo processados por assédio e difamação. [J.K., 2019. Tradução nossa]².

Além disso, o país tinha recentemente passado por um momento delicado, relacionado a suborno e corrupção policial e também obstrução de justiça. Sobre isso, segundo uma reportagem da agência de notícias *The Interpreter*,

as acusações de suborno policial e obstrução de justiça e crimes serem completamente ignorados devido a corrupção do mais alto nível na Coreia do Sul começaram há um tempo atrás com a administração de Park Geun-hye³, que foi uma faísca para os protestos massivos que levou milhões às ruas em 2016 e 2017. Yang Sung-tae, Chefe de Justiça [da época], recebeu 47 processos diferentes por supostamente instruir oficiais a interferir em processos para conseguir favores da presidente. [WILDER, 2019. Tradução nossa]⁴.

Esses são os elementos culturais e sociais fundamentais para entender o impacto social das acusações da boate *Burning Sun* e como elas impulsionaram consequências em diversos âmbitos. Além disso, o atual Presidente da Coreia do Sul, Moon Jae-In, em março de

² "She is said to have left behind a final document revealing that she had been forced to sexually entertain powerful figures in the business and media industries. At the time, the police cleared about 10 names charged for sexual abuse that were mentioned in the actress's list, and the case ended with only her agency CEO and manager being charged for assault and defamation."

³ Ex-presidente da Coreia do Sul, que, em 2016, passou por um processo de *impeachment*, após ser acusada por corrupção, coerção e abuso de poder. (EX-PRESIDENTE..., 2018).

⁴ "Accusations of police bribery, obstruction of justice or cases being completely dismissed highlight corruption at the highest levels in South Korea go back to the Park Geun-hye administration, and had been the spark for the massive candlelight protests that drew millions to the streets in 2016–17. Yang Sung-tae, a chief justice is now facing 47 charges, including allegedly instructing officials to interfere in trials in order to win favours from the then president"

2019, ordenou que fossem feitas investigações mais intensas tanto sobre o caso da boate *Burning Sun*, como também da falecida atriz Jang Ja Yeon. Como consta em matéria do jornal *The Korea Herald*, o presidente teria dito que “há evidências circunstanciais que mostram que promotores e policiais conduziram propositalmente investigações incompletas e, assim, diretamente evitaram que a verdade fosse revelada”. (CHOI, 2019. Tradução nossa⁵).

Assim, a polêmica da *Burning Sun* tomou proporções internacionais, recebendo atenção, inclusive, no Brasil. Porém, em razão do assunto ser de nicho muito segmentado, veículos jornalísticos tradicionais brasileiros não realizaram cobertura ampla e mais detalhada sobre ele. Em consequência disso, os indivíduos que se interessaram pelo tópico e desejaram se informar sobre ele com maior profundidade procuraram fazer isso por outros meios, como pelas mídias sociais - tendo o *Twitter* maior destaque.

Assim, a pesquisa realiza um estudo de caso do escândalo midiático da boate *Burning Sun*, da Coreia do Sul, a fim de entender como a mídia social *Twitter* funcionou como ferramenta para os interessados no assunto se informarem.

4.1 Apresentação da Metodologia

A pesquisa visa realizar um estudo de caso do escândalo midiático da boate *Burning Sun* a partir do conceito de Robert Yin (2001). Segundo o autor, a principal função deste procedimento é compreender as características significativas dos eventos, investigando um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real - estratégia para quando é preciso responder questionamentos do tipo “como” ou “por quê” (YIN, 2001, p.32). O conceito dessa estratégia é exploratório, uma vez que objetiva proporcionar maior familiaridade com o fenômeno e, a partir disso, construir hipóteses ou aprimorar ideias.

Desse modo, a análise será feita de acordo com a perspectiva de que a cultura de nichos *online* intensifica a realização do jornalismo cidadão, *open-source*, colaborativo e participativo, já que a segmentação faz com que esses conceitos se tornem necessários para preencher lacunas da falta de informação ou cobertura no jornalismo tradicional. Visa-se, então, entender como esse contexto se insere no objeto escolhido - o caso da *Burning Sun*.

⁵ “There is circumstantial evidence suggesting that the prosecutors and police purposely conducted incomplete investigations, and actively prevented the truth from being revealed”.

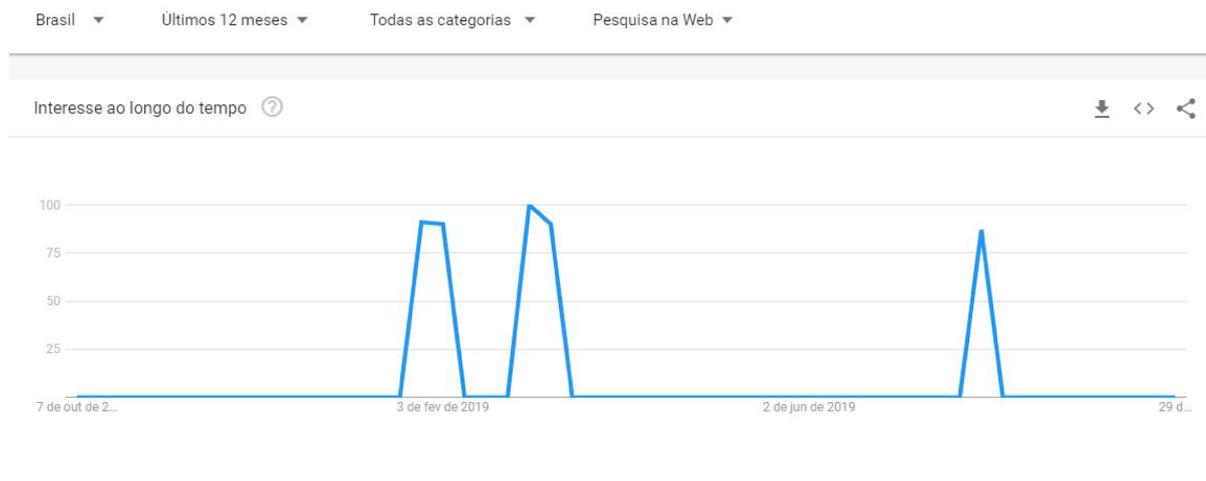
Além disso, a pesquisa é laboratorial, já que não foi realizada em campo; é qualitativa, pois busca desenvolver teoria, a partir de informações coletadas e analisadas, e "não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc" (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p.32). Porém, no final da análise do subitem 4.2.1, é também realizada uma análise quantitativa, a fim de identificar características que se repetem em todos materiais observados. Ademais, se trata de uma pesquisa documental, na medida que se caracteriza por busca de informações em documentos (no caso, matérias jornalísticas) que não receberam nenhum tratamento científico.

A proposta metodológica para esse estudo é feita a partir da proposta mista, criada por Raquel Recuero (2018), para entender discursos em mídias sociais. Para isso, a autora propõe um método de análise composto do estudo de caso seguido pela análise de conteúdo, embasada no conceito de Lawrence Bardin (2011). Esse tipo de análise, segundo Recuero (2018, p. 13), é uma forma de extrair de textos algum tipo de sentido, sistematicamente. É uma técnica que classifica e categoriza conteúdos a partir da observação de similaridades, objetivando inferir componentes nesses dados. "Trata-se de uma abordagem constituída de várias técnicas diferentes, tanto qualitativas como quantitativas" (BARDIN, 2004, p. 42; apud RECUERO, 2018, p. 13).

Primeiramente, como critério de seleção das informações sobre o assunto, foi realizada uma busca no *Google Trends*⁶ para se descobrir o período em que as palavras-chave sobre o assunto ("*Burning Sun*" e "Coreia do Sul") foram mais pesquisadas no Brasil, como mostra a Figura 3 a seguir.

⁶ Ferramenta disponível em <https://trends.google.com.br>

Figura 3: Busca das palavras-chave “*Burning Sun*” e “Coreia do Sul” no Google Trends



Fonte: *Google Trends* (2019). Acesso no dia 27 set. de 2019.

Segundo o próprio *Google Trends* (2019), “os números representam o interesse de pesquisa relativo ao ponto mais alto no gráfico de uma determinada região em um dado período. Um valor de 100 representa o pico de popularidade de um termo.” A pesquisa mostra que o primeiro período de grande quantidade de pesquisas foi durante os dias 03 e 09 de fevereiro e o pico de popularidade do assunto, segundo a ferramenta, foi durante o dia 09 a 16 de março.

No primeiro intervalo de tempo em que houve grande procura - 03 a 09 de fevereiro, no entanto, não houve nenhuma postagem sobre o assunto realizada por veículo jornalístico tradicional brasileiro. Dessa forma, o recorte do *corpus* será feito durante o segundo período mencionado, de 09 a 16 de março, a fim de encontrar resultados mais precisos de acordo com os objetivos da pesquisa - por ser o período em que ocorre o ápice das buscas via *Google*. Com isso, então, parte-se para o segundo momento de coleta, pelo buscador *Google*, de notícias postadas por veículos tradicionais brasileiros na *Internet*, com notícias encontradas a partir das mesmas palavras-chave utilizadas anteriormente - “*Burning Sun*” e “Coreia do Sul”.

Além disso, a seleção considera a triagem de matérias em língua portuguesa nos sites para encontrar especificamente postagens de veículos jornalísticos do Brasil e também a seleção na busca por ordem de relevância, a fim de encontrar prioritariamente postagens de veículos com maior credibilidade.

Em seguida, é realizada a análise de conteúdo, a partir de alguns elementos que atuam na composição da notícia, selecionados para o tema e que atuarão de forma complementar na análise. O objetivo da coleta das informações, advinda da cobertura de veículos midiáticos, é a realização de uma comparação no modo de produção das informações e da estrutura jornalística em relação ao conteúdo sobre o assunto disseminado na mídia social *Twitter*.

Posteriormente, é realizada a etapa de análise no *Twitter*, pesquisando no buscador da plataforma *Tweets* que tratam de divulgação e produção de informação sobre o tema, utilizando as mesmas palavras-chave escolhidas anteriormente na pesquisa, “*Burning Sun*” e “*Coreia do Sul*”, bem como o mesmo recorte do período de postagem - entre 09 a 16 de março, para elemento comparativo. A seleção do corpus ocorrerá pelos *tweets* que mais tiveram repercussão (com mais *retweets*, curtidas e citações).

Nos *Tweets* selecionados, serão analisados os seguintes elementos semelhantes às características da produção jornalística: 1) o lead, 2) a utilização de verbos de ação e manchetes na divulgação dos posts com 280 caracteres, 3) postagens de links com fontes de matérias sobre o assunto, 4) divulgação de falas de entrevistados e de fontes relacionadas ao assunto sobre a repercussão do caso. O objetivo da coleta desses elementos é verificar de que forma as notícias e informações são disseminadas no *Twitter* - se assemelham a características da produção jornalística ou se categorizam apenas com o cunho opinativo do usuário fã no *Twitter*. Ademais, sobre o assunto relacionado ao escândalo da boate *Burning Sun*, também serão observadas características semelhantes às categorias de análise das matérias de veículos jornalísticos, com intuito comparativo entre ambos, como se é realizada a menção de outros nomes, de não artistas, também relevantes ao caso, se contextualiza a cultura coreana relevante ao caso e se há tratamento do assunto como de relevância social e de interesse público.

4.2.1 Análise da mídia tradicional em notícias sobre o caso

A data 09 de março de 2019 é marcada como o início do maior pico de procura pelo assunto da boate *Burning Sun* no *Google*, como descrito aqui previamente. Como esse momento foi o de maior interesse e curiosidade por usuários *online* que se entendeu até o dia 16, este período serviu como o recorte de *posts* da mídia jornalística tradicional.

Ao todo, durante esses dias selecionados - considerando *blogs* informais assim como sites de veículos jornalísticos tradicionais -, foram feitas 17 postagens em sites noticiosos brasileiros. Inicialmente, pensou-se em selecionar uma matéria por dia para ser feita a análise de conteúdo; no entanto, todas postagens foram feitas concentradas em cinco dias específicos, como mostrado do Quadro 1 abaixo.

Quadro 1 - Quantidade de postagens por dia

| Dias | 09 de março | 10 de março | 11 de março | 12 de março | 13 de março | 14 de março | 15 de março | 16 de março |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Quantidade de publicações | 0 | 0 | 01 | 01 | 01 | 11 | 01 | 0 |

Fonte: a própria autora.

A partir desse escopo, escolheu-se realizar a análise de conteúdo da primeira postagem, do dia 11 de março, considerando o ponto de origem/fator motivador das postagens iniciais, em contraste com as matérias selecionadas do dia 14 de março, dia que teve mais matérias veiculadas na rede digital. A quantidade limitada de *posts* escolhidos que serão analisados é em razão do tempo disponível para a produção da pesquisa.

A forma de selecionar as matérias para análise no dia em que houve mais de uma postagem (dia 14) foi, como anteriormente destacado, a partir da utilização da ferramenta de pesquisa do *Google*, selecionada na ordem ‘relevância’, a fim de o veículo de notícias escolhido ser o com maior credibilidade jornalística. De forma mais específica, escolheu-se uma entre as 11 postagens do dia 14 de março, por ordem de relevância, para se trabalhar em contraste com a notícia do dia 11 de março, ponto de origem do caso. As duas matérias selecionadas para análise são dos seguintes veículos: *Metrópoles* e *O Globo*, apresentadas a

seguir. Após a análise qualitativa das duas matérias, será realizada a análise quantitativa de todas do dia 14, a fim de observar se há mudanças entre as notícias.

A partir de uma análise prévia, foram traçadas categorias de análise de elementos a partir da observação antecedente de elementos que se repetiam de forma recorrente, a fim de sistematizar a coleta de dados, para posteriormente inferir sentidos. É relevante destacar que algumas características analisadas nas duas etapas - de matérias de veículos tradicionais e dos *tweets* - são iguais, a fim de entender com maior profundidade a possibilidade da mídia social *Twitter* de ser usada pelos usuários como plataforma para complementar a cobertura realizada pela mídia tradicional jornalística que, por se tratar de um assunto de nicho muito segmentado, pode ser escassa.

As categorias de análise dos veículos tradicionais, elencadas pela pesquisadora, são: (1) Faz menção de 'K-pop' no título; (2) Faz menção de envolvimento apenas de celebridades no título e no *lead*; (3) Trata o assunto como um escândalo que suja a imagem da indústria musical ou carreira de celebridades; (4) Faz menção de outros nomes, de não artistas, também relevantes ao caso; (5) Contextualiza a cultura coreana relevante ao caso; (6) Faz menção de outros crimes envolvidos, como de corrupção policial; (7) Há pluralidade de fontes e de opiniões; (8) Há tratamento do assunto como de relevância social e de interesse público; (9) Aprofundamento da informação. Então, a seguir, a primeira matéria é analisada.

Quadro 2 - Categorias analisadas na matéria “Sexo, drogas e corrupção: astro do K-Pop, Seungri aposenta-se” (SILVA, 2019) do veículo Metrôpoles⁷

| Categoria de análise | O elemento foi observado na matéria? | Observação (Como?) |
|----------------------|--------------------------------------|--------------------|
| 1 | Sim | |
| 2 | Sim | |
| 3 | Sim | |
| 4 | Não | |
| 5 | Não | |
| 6 | Sim | Superficialmente |
| 7 | Não | |
| 8 | Não | |
| 9 | Não | |

Fonte: a própria autora.

A matéria “Sexo, drogas e corrupção: astro do K-Pop, Seungri aposenta-se”, postada no dia 11 de março de 2019, encontra-se na editoria “Entretenimento” do veículo Metrôpoles e é categorizada com a tag “música”.

Ela inicia apresentando o fato noticiado de o cantor Seungri ser acusado de administrar uma rede de prostituição. Então, divide-se em breve explicação do escândalo, resumo do grupo musical que Seungri participava e, por fim, expõe-se um,a carta de pedido de desculpas que o cantor postou em sua conta da mídia social *Instagram*, traduzida para o português.

É notável que a matéria discorre superficialmente sobre outros elementos relevantes. No caso - o título, por exemplo, menciona o envolvimento de corrupção, mas no corpo do texto não especifica autoridades envolvidas nem cita nomes; também, durante a matéria, a jornalista escreve que o artista “foi formalmente acusado de administrar uma rede de

⁷ Disponível em:

<https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/sexo-drogas-e-corrupcao-astro-do-k-pop-seungri-aposenta-se>. Acesso em: 29 out. de 2019.

prostituição, entre outras atividades conectadas a esse crime” - porém, não esclarece nem detalha as outras acusações. Diante disso e das categorias acima observadas, percebe-se que o foco da matéria é apenas a consequência do envolvimento de uma celebridade específica no assunto. Em razão de a notícia ter sido apresentada com pouco aprofundamento ou detalhamento das informações, percebe-se que o assunto é tratado de maneira superficial.

Outro aspecto negativo observado é a falta de contextualização da cultura sul coreana, já que não menciona e especifica a legislação do país (da proibição da pornografia) ou aprofunda os aspectos sociais relacionados às acusações do cantor. Por exemplo, não explica o fenômeno das *molka* (gravações sem consentimento), atividade ilegal muito polêmica da qual ele estava envolvido; não menciona o histórico de corrupção/suborno policial recente do país, cuja discussão se intensificou ainda mais após as acusações feitas à boate *Burning Sun*.

A repercussão do caso está diretamente ligada ao aspecto cultural do país; portanto, essa falta de contextualização do assunto torna a matéria supérflua. Dessa forma, o leitor brasileiro, que desconhece a cultura sul coreana, pode não compreender a importância ou impacto social do acontecimento noticiado. Além disso, as consequências da falta de contextualização também afetam os aspectos observados pelas categorias de análise: não traz pluralidade de fontes ou opiniões, nem trata o assunto como de relevância social e interesse público que ele é.

Quadro 3 - Categorias analisadas na matéria “Mais um astro do K-pop abandona carreira após escândalo sexual” (MAIS..., 2019) do veículo O Globo ⁸

| Categoria de análise | O elemento foi observado na matéria? | Observação (Como)? |
|----------------------|--------------------------------------|--|
| 1 | Sim | |
| 2 | Sim | |
| 3 | Sim | |
| 4 | Não | |
| 5 | Sim | Menciona o fenômeno das “ <i>molka</i> ” |
| 6 | Sim | |
| 7 | Não | |
| 8 | Sim | Superficialmente |
| 9 | Não | |

Fonte: a própria autora.

Primeiro, é interessante destacar que das 11 matérias encontradas postadas nesse mesmo dia - que teve maior quantidade de postagens -, 06 delas, incluindo esta, são replicadas de agências de notícias internacionais e têm exatamente o mesmo conteúdo, o que pode se justificar pelo fato de o veículo O Globo ter maior reconhecimento internacional e parcerias com agências de notícias mundiais.

A segunda matéria analisada, “Mais um astro do K-pop abandona carreira após escândalo sexual”, foi postada em 14 de março de 2019 pelo veículo jornalístico O Globo, na editoria “Cultura”.

A notícia se inicia destacando o crime pelo qual o indivíduo em questão admitiu cometer (filmar vídeos sexuais sem o consentimento das parceiras) e que, após isso, abandonou a carreira de músico. A matéria também destaca que as investigações mais

⁸ Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/cultura/mais-um-astro-do-pop-abandona-carreira-apos-escandalo-sexual-23521436>.

Acesso em: 29 out. de 2019.

aprofundadas sobre o cantor começariam na quinta-feira, após a divulgação da notícia e que o crime deste artista foi descoberto a partir de investigações sobre outra celebridade.

A notícia inteira apenas faz menção das celebridades envolvidas e o foco é dado em como o fato noticiado "destruiu" carreiras e sujou a imagem da indústria musical do país. No primeiro parágrafo, por exemplo, é escrito que:

o escândalo que afeta o mundo da música pop sul-coreana, conhecida como K-pop, causou mais uma baixa nesta quinta-feira. [...] O mundo do pop sul-coreano, que quer transmitir uma imagem de perfeição tanto no físico quanto no comportamento de suas estrelas, vive, nos últimos dias, uma onda de escândalos sexuais. [MAIS..., 2019].

Entretanto, diferentemente da primeira matéria analisada, esta traz o elemento positivo da contextualização da cultura do país que esclarece melhor a razão do caso ser relevante ao explicar, no final do texto, o fenômeno das *molka*. A matéria também menciona, mesmo que superficialmente, os crimes que a boate *Burning Sun* recebeu de prostituição e uso de drogas, apesar dos fatos não estarem diretamente relacionados.

Assim, conclui-se que, apesar do foco ser dado nas consequências do fato na vida dos artistas e na indústria da música sul coreana, a notícia é mais contextualizada e traz elementos relevantes da cultura do país, o que faz ser mais compreensível ao leitor a relevância social do problema. Entretanto, a informação não é aprofundada, já que menciona muito superficialmente o escândalo principal, da boate *Burning Sun*, e também não traz todas as informações relevantes do caso e que são de interesse público, como as acusações de corrupção policial.

Percebe-se, então, que houve uma diferença na cobertura da primeira matéria postada em relação a do dia em que mais houve publicação de notícias, sendo que o conteúdo se tornou melhor elaborado, apesar de ainda com grandes falhas.

Diante disso, uma rápida observação foi feita nas outras matérias publicadas no dia 14 de março - levando em conta os mesmos critérios de análise, a fim de entender se a passagem de tempo trouxe grande mudança na apuração das notícias e de compreender a replicação e fluxo das notícias -, como mostra a Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 - Análise das matérias publicadas no dia 14⁹

| Categorias de análise | O elemento foi observado em quantas matérias? |
|-----------------------|---|
| 1 | 11 |
| 2 | 11 |
| 3 | 11 |
| 4 | 0 |
| 5 | 3 |
| 6 | 3 |
| 7 | 1 |
| 8 | 3 |
| 9 | 1 |

Fonte: a própria autora.

⁹ Disponíveis em:

(1) <https://www.purebreak.com.br/noticias/yong-jun-hyung-do-highlight-confessa-envolvimento-em-escandalo-sexual/84427>;

(2) <https://extra.globo.com/noticias/mundo/escandalos-sexuais-abalam-universo-do-pop-na-coreia-do-sul-23522640.html>;

(3) <https://mag.sapo.pt/showbiz/artigos/mais-uma-estrela-do-pop-sul-coreano-envolvida-em-escandalo-sexual>;

(4) <https://www.otempo.com.br/diversao/novo-escandalo-sexual-abala-o-mundo-do-k-pop-1.2149437>;

(5) https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2019/03/14/interna_internacional,1037813/mais-uma-estrela-do-pop-sul-coreano-envolvida-em-escandalo-sexual.shtml;

(6) <https://www.terra.com.br/diversao/purebreak/yong-jun-hyung-do-highlight-e-o-terceiro-que-confessou-envolvimento-no-escandalo-sexual-do-k-pop.06369143d3e1fb08615e236a373974369p5qcy94.html>;

(7) <https://observatoriodobol.uol.com.br/noticias/2019/03/os-escandalos-sexuais-envolvendo-k-pop-na-coreia-do-sul>;

(8) <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/afp/2019/03/14/outra-estrela-do-k-pop-sul-coreano-envolvida-em-escandalo-sexual.htm>;

(9) <https://br.financas.yahoo.com/noticias/sexo-mentiras-e-v%C3%A2ndalos-esc%C3%A2ndalos-abalam-o-universo-143847665--sector.html>;

(10) <https://revista.cifras.com.br/noticia/astros-do-k-pop-sao-obrigados-a-se-aposentar-apos-escandalos-de-prostituicao>;

(11) <https://oglobo.globo.com/cultura/mais-um-astro-do-pop-abandona-carreira-apos-escandalo-sexual-23521436>. Acessos em: 29 out. de 2019.

Em geral, não foi observada de forma quantitativa uma grande melhora na cobertura de matérias postadas neste dia - três delas trazem melhor contextualização da cultura sul coreana e não trata a notícia apenas como um escândalo na indústria musical. Observou-se, também, que duas das matérias foram alocadas na editoria "Internacional", uma em "Cultura" e três em "Entretenimento". Pode-se considerar, então, que a maioria das matérias não é satisfatória sob a perspectiva jornalística, ao se ponderar que, como anteriormente abordado na pesquisa, segundo Antônio Fidalgo (2007), o papel do jornalismo atual, da quarta geração e da base de dados, baseia-se em potencializar e redobrar a contextualização das informações.

Percebe-se que o assunto primeiramente ganhou relevância em veículos jornalísticos brasileiros pelo critério de serem celebridades envolvidas no caso; porém, observa-se também que, nesse dia de maior cobertura de veículos tradicionais, três deles tiveram o critério de noticiabilidade ampliados para o aspecto cultural e de denúncia, o que gerou maior contextualização da notícia nessas matérias específicas.

Dentre as 11 matérias, apenas uma delas cobriu o assunto de maneira satisfatória. Apesar de mencionar o "K-pop" no título e apresentar o assunto como algo que suja e indústria da música do país, também conseguiu mostrar a relevância social dele, já que contextualizou a cultura, mencionou outros crimes envolvidos, trouxe fontes diversas e, diante dessas características, tratou a informação de forma mais aprofundada, como de interesse público. É relevante destacar que essa matéria - que traz o assunto de maneira mais apurada e compreensível para todos aqueles que a leem, inclusive os que não estão familiarizados com a cultura da Coreia do Sul -, é a única que possui comentários de leitores, o que leva a refletir que a questão cultural é que gera a comoção do público de nicho usuário das mídias digitais.

Após essa análise e compreensão de como foi realizada a cobertura de veículos tradicionais sobre o assunto, parte-se para a segunda parte da análise, do *Twitter*, desenvolvida no subitem a seguir.

4.2.2 Análise das narrativas informativas no Twitter sobre o caso

Nessa etapa de análise de postagens da mídia social *Twitter* serão observadas, a partir das categorias de análise anteriormente mencionadas, as semelhanças entre os *tweets*

selecionados sobre o assunto com características de produções jornalísticas, com o intuito de compreender como os usuários participam na disseminação e informação de notícias do caso da boate *Burning Sun*.

Entre os dias 09 e 16 de março, pico de procura sobre o assunto, 87 *tweets* se destacaram devido a sua repercussão e engajamento dos usuários (a partir de retweets, curtidas e respostas). O Quadro 5 abaixo mostra o resultado da observação deles sob o critério de análise definido para a pesquisa:

Quadro 4: Categorias analisadas nos Tweets

| Categorias de análise | Quantidade de <i>Tweets</i> que têm a característica da categoria (Total: 87) |
|-----------------------|--|
| (1) | 14 |
| (2) | 55 |
| (3) | 34 |
| (4) | 20 |

Fonte: a própria autora.

Percebe-se que a característica que mais se destaca na construção dos *tweets*, presente em 63% deles, é a utilização de verbos de ação e postagens manchetas, sendo seguida pela característica de postagens de *links* com a fonte da informação que se é divulgada, em 39% dos *tweets*. A divulgação de falas de entrevistados está em 21% deles e, por último, 16% são *tweets* construídos de forma semelhante ao *lead* jornalístico. É necessário salientar que esses dados foram coletados manualmente e que em alguns *tweets* se encontram mais de uma categoria.

Em geral, é interessante ressaltar que características próprias da mídia social, como o limite de 280 caracteres, influenciam na forma com que os participantes da disseminação das informações escrevem: é muito mais viável, por exemplo, fazer um *tweet* com uma notícia de forma mais objetiva, com verbo e de maneira mancheta, do que com uma postagem com informação mais aprofundada, próxima à construção do *lead* jornalístico - isso pode ser um dos fatores que ocasionou a diferença contrastante de utilização das duas características.

É também interessante destacar que esses *tweets* são essencialmente informativos - ao contrário do que se pode imaginar, por serem postados livremente, possivelmente por não profissionais da comunicação - e em sua maioria não são opinativos. Nos 87 analisados, apenas 7 deles trazem alguma informação com a opinião do autor da postagem sobre o assunto.

Isso pode se relacionar com a proposição da curadoria digital, uma vez que os *tweets* desses usuários são os que mais receberam interações e atenção, o que pode estar relacionado ao fato de divulgarem informações de forma relativamente neutra, pois essa forma permite a conquista de uma relação de maior confiança com o público que procura informações sobre o caso.

Além disso, a grande quantidade de postagens acompanhadas com links confiáveis com a fonte da notícia, advindas de veículos sul coreanos, também demonstra que o(a) autor(a) que realiza a postagem no *Twitter*, neste caso específico, busca uma veracidade na informação que está publicando, a fim de construir credibilidade sobre aquilo que está afirmando. Isso possibilita, também, a diminuição na disseminação de boatos, já que a afirmação no *tweet* é acompanhada de uma “prova” de sua veracidade. A Figura 4 a seguir mostra um dos *tweets* analisados, que traz essa característica:

Figura 4 - Tweet demonstrativo com link

Seungri Brasil
@SeungriBrasil

[TRAD] Organograma do caso Seungri, Jung Joon Young e Burning Sun feito pela Yonhap News.

Créditos: m.yna.co.kr/view/AKR201903...?

RESUMO DO CASO DE JUNG JOON YOUNG, SEUNGRI E BURNING SUN

2 mulheres acusaram de serem assediadas sexualmente. Sr. Kim (28) preso como criminoso. Polícia de Yoksam busca e apreensão. Agência Regional de Polícia de Seul.

Alegou ser agredido por funcionários da BS. Investigação de suspeita de abuso sexual, drogas e coação policial. Suspeita do deixar entrada de menores em festa. Cobrança e mandado de prisão.

Clube Burning Sun (fora dos negócios). oferecer dinheiro. Ex-policial Sr. Kang.

Lee Moon Ho. Sr. Han (gerente). - Funcionário denunciado por uso de drogas. - Caso de relações sexuais em salas VIPs do clube.

Envio do conteúdo do caso Seungri, Joon Young e coação policial para a comissão anticorrupção e direitos civis e depois promotoria.

Co-representante da BS (agora renunciado). Bang Jong Hyun advogado.

suspeita policial.

Fornecer prostituição: acusado de receber investidores estrangeiros com garotas de programa no clube Arena. Seungri (Lee Seung Hyun, 29). Jung Joon Young (30).

Filmar e compartilhamento de vídeos sexuais: Disseminação de vídeos e imagens ilegais de atos sexuais compartilhada para amigos em chat no Kakao Talk múltiplas vezes.

Participação no chat do Kakao Talk.

Yuri Holdings Co. LTDA (Empresa de investimentos da Burning Sun).

YONHAP NEWS
tradução Seungri Brasil

12:44 AM · 16 de mar de 2019 · Twitter for Android

Fonte: SEUNGRI BRASIL, 2019.

No caso do *tweet* da figura acima, o infográfico original foi produzido por um jornal sul-coreano e, então, traduzido pelo usuário para o português. A utilização da linguagem imagética, como no caso, possibilita uma forma mais simples de contextualizar o assunto de forma rápida, ação que condiz com a mídia social *Twitter*, que tem como característica o pouco espaço para a postagem e a instantaneidade da informação divulgada - o que revela uma forma interessante de transmitir uma informação completa e contextualizada, com credibilidade e consulta a uma fonte.

Além disso, ao observar outras características relevantes do *tweet* da Figura 4 e relembando a análise feita nos veículos tradicionais, vale destacar alguns pontos. Primeiro, é a menção de nomes de outros acusados não-celebridades, o que está presente em 29 dos *tweets* - equivalente a 33%, enquanto as menções da mídia tradicional foram de 27%. Por outro lado, *tweets* que trouxeram a contextualização da cultura não foram muitos, apenas 14 deles. No entanto, é necessário ponderar que, além do limite de caracteres, que dificulta a construção de postagens mais elaboradas e aprofundadas, também há o fator de se tratar de um assunto de nicho segmentado em que o público que o consome já está familiarizado com a cultura envolvida.

Ainda observando características presentes no *tweet* da Figura 4, uma delas que interessa destacar, por ser recorrente nas publicações analisadas, é a postagem que apenas realiza a tradução de informação veiculada em jornal tradicional sul-coreano. Ao todo, foram identificadas 52 postagens dessa forma. Isso reforça a ideia anteriormente mencionada da busca pela neutralidade e objetividade que, em consequência, cria um vínculo de confiança com os outros usuários. Isso também mostra que mais da metade do conteúdo se trata de jornalismo colaborativo, já que o usuário está colaborando no nicho do assunto que possui interesse, ao disseminar as informações em uma língua acessível a um público específico.

Outro tipo de jornalismo que pode ser produzido *online* pelos usuários não-jornalistas que mais se destacou na análise é o jornalismo cidadão, caracterizado como uma denúncia de assunto que trata, por exemplo, de desigualdades ou direitos humanos, referente a um papel social de um cidadão consciente. Esse aspecto é recorrente, principalmente por se tratar de um assunto que se popularizou na mídia social *Twitter* em denúncias de crimes, alguns deles relacionados diretamente à desigualdade de gênero.

O jornalismo participativo também foi observado, principalmente nos *tweets* que não traziam traduções diretas de matérias jornalísticas sul-coreanas e que cujas construções não eram manchetas ou próximas do *lead* jornalístico. Nessas postagens específicas, o autor da publicação participa de maneira mais informal, discutindo e opinando sobre o assunto - nesse caso, ele menciona as notícias recentes que mais considera relevantes e, então, comenta suas percepções sobre elas.

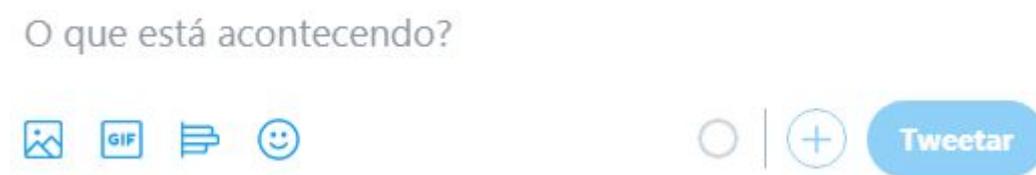
Este tipo de jornalismo foi o menos presente nos *tweets* analisados, relacionados a traços aqui já anteriormente elencados: apenas 7 deles traziam opinião do autor do *tweet*

sobre a notícia que publicava; a maioria dos *tweets* são traduções de reportagens e buscavam neutralidade, etc.

Porém, isso não quer dizer que os usuários *online* e autores dos *tweets* com maior repercussão não opinaram. Foi notado, por exemplo, de forma repetida nas postagens, que depois de os autores postarem traduções de notícias de forma objetiva, eles respondiam os próprios *tweets* com sua opinião sobre o assunto.

Esta característica observada, de acrescentar a própria opinião - mesmo que após a divulgação da informação, e não junto dela -, revela a necessidade que o usuário sente de se expressar, tratando as postagens como um diário de pensamentos - característica constantemente presente nas mídias sociais, especialmente no *Twitter*. É necessário considerar também que, apesar da baixa quantidade de *tweets* opinativos, relacionada às publicações mais populares, os comentários com teor opinativo em mídias sociais são relevantes e, especialmente para o *Twitter*, essenciais, já que fomentam a discussão sobre os mais diversos assuntos - principalmente se considerarmos o espaço onde se faz publicações, com a assinatura da mídia social: "O que está acontecendo?", como mostra a Figura 5 a seguir.

Figura 5 - Área de publicações do Twitter, que pergunta ao usuário o que está acontecendo



Fonte: pesquisa documental.

Essa particularidade da mídia social, que instiga que o usuário publique pensamentos e opiniões instantâneas, possibilita que o público desperte para a mensagem repassada e, conseqüentemente, gere mais protagonismo nos comentários. Por isso, por exemplo, o usuário, após ler uma notícia em um jornal, migra para a plataforma do *Twitter*, a fim de comentar o conteúdo, sendo essa não apenas uma reação ao que consumiu da mídia

tradicional mas, sim, uma percepção da mídia social como um espaço em que pode se expressar sobre assuntos culturais.

Porém, a diferença é que a maioria desses *tweets* de resposta, que traziam a opinião do autor, não tinham tanta repercussão. Ainda considerando essa forma recorrente na construção da disseminação da informação, em que o autor noticia um fato e depois opina sobre ele, é exemplificada na Figura 6 a seguir:

Figura 6 - Tweets com jornalismo colaborativo, cidadão e participativo

Joseph Kim @josephungkim · 11 de mar

A investigação sobre isso está sendo muito importante - está acontecendo bem agora que o problema de câmeras escondidas é gigante na Coreia. Casos de câmeras escondidas, geralmente contra mulheres, acontecem com tanta frequência que funcionários têm que checar se tem câmeras em banheiros públicos

Joseph Kim @josephungkim · 11 de mar

A investigação sobre o Seungri e a boate dele revelou que imagens de mulheres feitas por câmeras escondidas eram compartilhadas entre cantores

naver.me/5ycarPMQ

13 1,2 mil 1,7 mil

Joseph Kim @josephungkim

Isso faz com que mulheres na Coreia se sintam em perigo. Foi por isso que Seoul teve o maior protesto feminino ano passado e é óbvio que os protestos exigiam maior proteção, pq as mulheres estavam lutando para serem tratadas com humanidade, pra andarem nas ruas sem medo

Fonte: JOSEPH KIM, 2019.

Em relação aos *tweets* da Figura 6, é interessante destacar alguns pontos. Primeiramente, esse foi uma das poucas exceções em que o *tweet* de resposta, cuja essência é mais opinativa e menos informativa, teve grande repercussão - os três *tweets* presentes na figura tiveram grande número de interação de outros usuários e, por tanto, foram selecionados para análise. Dito isso, é interessante observar como o autor do *tweet* construiu a forma de postagem e disseminação de informações sobre o assunto. O primeiro *tweet* traz a informação de forma objetiva e neutra, se trata apenas da tradução de uma notícia sul-coreana (inclusive consta o link para a fonte); esse se encaixa, então, na definição de jornalismo colaborativo. Depois, o mesmo autor citou¹⁰ o próprio *tweet* e, por fim, respondeu a si mesmo mais uma vez, discorrendo sobre a importância sobre o assunto, relacionando a problemática com a cultura do país referente à desigualdade de gênero; isso, de certa forma, não é a pura publicação de informação e sim uma discussão sobre ela, com maior teor opinativo - se encaixa, então, no estilo de jornalismo participativo. Ademais, pelos três *tweets* trazerem um aspecto de denúncia, evidenciando a luta por direitos humanos das mulheres sul-coreanas, também encaixa as postagens no sentido do jornalismo cidadão. Esses aspectos dos *tweets* demonstram também uma mesclagem dos papéis, já anteriormente elencados, que o usuário da rede digital pode assumir na participação *online* - o de emissor, transmitindo a notícia, e também comentador (AROSO, 2007), já que, como também anteriormente destacado, as mídias sociais são espaços que representam locais de fala aos indivíduos (RECUERO, 2015) - assim, quando é um assunto com que o usuário se identifica, ele sente a liberdade de discuti-lo nas mídias sociais, agregando informações e percepções próprias.

A construção narrativa da Figura 6 é demonstrativa de como a maioria dos usuários se portaram em relação à disseminação e discussão de informações sobre o caso da boate *Burning Sun*, em como as maneiras de se fazer jornalismo por não jornalistas, de certa forma, são utilizados de forma complementar no *Twitter* e potencializadas pelas características possibilitadas pela cultura de participação.

Após as análises realizadas em notícias da mídia jornalística tradicional e da participação dos usuários do *Twitter* ao informar e disseminar notícias, é relevante refletir sobre os detalhes que mais chamaram atenção quanto às diferenças. O primeiro é a perspectiva pela qual os acontecimentos da boate *Burning Sun* foram tratados. Os jornais

¹⁰ Ferramenta do *Twitter* para reproduzir um *tweet* inteiro sem usar caracteres. É uma forma de compartilhar um *tweet* e respondê-lo ao mesmo tempo. (VELLOSO, 2015)

tradicionais, além de trazerem o assunto de forma superficial, em sua grande parte, também pouco trataram os acontecimentos como de interesse público, focando apenas no escândalo na vida das celebridades. Já os *tweets*, de forma contrária, traziam informações e fomentavam a discussão sobre o assunto, de maneira a evidenciar o aspecto de denúncia dele, como, por exemplo, com o debate sobre a situação social das mulheres sul-coreanas.

Outro aspecto salientado pela análise é o fato de o assunto ser de nicho segmentado. Consequentemente, não ocorre grande cobertura da mídia tradicional local, fazendo com que o tratamento do assunto seja supérfluo. Assim, evidencia-se o fato de que o público que deseja consumir sobre a temática, então, recorre a outros modos de se informar pelas mídias sociais, sobretudo o *Twitter*, onde o indivíduo acredita que possa encontrar informações tratadas de maneira mais instantânea.

Em relação à semelhanças, a mais notável é o que já foi anteriormente destacado - as informações disseminadas pelos usuários, em sua grande maioria, seguiam características similares às de práticas jornalísticas padronizadas como por exemplo o uso de verbos de ação, frases manchetas e falas de entrevistados. Percebe-se, então, que os usuários constroem sua própria forma peculiar de informar e comentar notícias de maneira independente mas, ao mesmo tempo, buscam utilizar traços similares ao do exercício profissional de informar, próprios do jornalismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se discutir a disseminação de informações e notícias no dia de hoje, é relevante considerar mídias sociais como ferramentas, sobretudo quando se trata de um assunto de cultura de nicho que pode sofrer com a pouca cobertura da mídia jornalística tradicional local. Dessa forma, a pesquisa baseou-se em compreender como a mídia social *Twitter* informa o público brasileiro de assuntos segmentados internacionais, a partir do estudo de caso da boate *Burning Sun*, da Coreia do Sul.

Para refletir a importância e o modo como funciona a participação de usuários *online*, possivelmente não jornalistas, ao informar e disseminar notícias, o processo da pesquisa iniciou-se, analisando matérias da mídia jornalística brasileira tradicional sobre o assunto. O intuito foi entender como as notícias foram tratadas para, posteriormente, realizar uma comparação sobre como o assunto foi abordado no *Twitter*.

Usando como método a Análise de Conteúdo, de Lawrence Bardin (2011), constatou-se, primeiramente, que as notícias na mídia tradicional, em sua maioria, não eram aprofundadas e não traziam as informações de maneira contextualizada e completa. Consequentemente foi dado maior espaço ao *Twitter* para cumprir o papel de ferramenta que o público utiliza para se informar.

Nesse momento, percebe-se como a área do Jornalismo ainda necessita se adaptar e se atentar para as mídias digitais e o processo de transformação de profissão, a fim de atender a demanda do público que se modifica, de forma constante, em consequência do avanço tecnológico.

Dessa forma, em seguida, partiu-se para a análise do conteúdo dos *tweets*, seguindo a proposta metodológica mista da autora Raquel Recuero (2015). Nessa etapa, foi observado que grande parte dos *tweets* sobre o assunto com grande repercussão pretendia demonstrar credibilidade aos outros usuários - fazendo uso de *links* para notícias de jornais sul coreanos relevantes; buscando a neutralidade nas postagens; trazendo, nas publicações, características específicas do fazer jornalístico, como utilização do *lead*, postagens manchetas, etc. Isso faz refletir que, quando há falta no jornalismo tradicional, os indivíduos buscam supri-la e se portam de maneira semelhante ao papel do jornalista, a fim de colaborar com o nicho em que está inserido.

Ainda sobre como ocorre a participação do público ao informar, percebeu-se que a interação ocorreu de diversas maneiras, entre o jornalismo cidadão, colaborativo e participativo, muitas vezes usados de forma complementar. Se levarmos em consideração que o desdobrar das informações, que faz aumentar a colaboração, cria-se a necessidade de disseminar as notícias em língua acessível ao público brasileiro. Acredita-se que esse também foi estopim para uma maior participação na conversação e realização de comentários, consequentemente, dando maior oportunidade para o jornalismo participativo acontecer.

Dessa forma, é notável que o usuário do *Twitter* se coloca em diversos papéis independentes - de editor, de pauteiro, de comentarista, de disseminador. Assim, percebe-se que o público tende a se remodelar a um maior protagonismo - e faz-se necessário que o campo do jornalismo compreenda e se adapte a essa tendência.

Outro tópico que é necessário considerar, em contraponto, é como esse cenário permite o aumento da disseminação de boatos. A dependência de consumir informações de maneira não tradicional, ou seja, de ter que utilizar uma mídia social para se informar sobre determinado assunto segmentado, pode ocasionar o consumo e compartilhamento de mensagens falsas. Do mesmo modo, o agravante do tópico se tratar originalmente de um país cujo idioma não seja popularizado, reforça a problemática. Ressalta-se, assim, o papel fundamental do jornalismo, de checar, apurar e contextualizar informações.

Ainda sobre o limitador da língua, é relevante destacar que esse elemento foi uma dificuldade também enfrentada no percurso da presente pesquisa, baseada apenas no consumo de materiais em inglês e português, sem a possibilidade de se aprofundar mais no objeto da pesquisa utilizando demais materiais sul-coreanos.

Isso, alinhado ao fator limitante do tempo disponível para a realização da pesquisa, não possibilitou, por exemplo, uma ampla checagem da veracidade das informações em todos os *tweets*, assim como também não permitiu uma comparação de matérias da mídia tradicional brasileira com as da mídia tradicional do país em que o assunto se originou. Acredita-se que futuros estudos que sigam esses caminhos, certamente possam contribuir nesse sentido.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. 3º Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 256 p.

AROSO, Inês. As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso. **BOCC-UBI**. Covilhã: Labcom - Universidade da Beira Interior, 2013. p 1-18. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf>. Acesso em: 29 out. de 2019.

AROSO, Inês. A Internet e o novo papel do jornalista. **BOCC-UBI**. Covilhã: Labcom - Universidade da Beira Interior, p. 1 -7, 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>. Acesso em: 29 out. de 2019.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. 2º Ed. Lisboa: Edições 70, 2011. 229 p.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network journalism: Converging competencies of old and new media professionals. *In: Australian Journalism Review*, Indiana, v. 23, n. 2, p. 91-103, dez. de 2001. Disponível em: <https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/3201>. Acesso em: 29 out. de 2019.

BRAUN, Andrés. Sul-coreanas abrem guerra contra o "molka", a pornografia de vingança. **UOL**. 05 dez. de 2018. Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/efe/2018/12/05/sul-coreanas-abrem-guerra-contr-o-molka-a-pornografia-de-vinganca.html>. Acesso em: 03 set. de 2019.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. *In: Brazilian Journalism Research*, v. 7, n. 2, p. 1-22. abril de 2011. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342>. Acesso em: 29 out. de 2019.

CASTELLS, M. **Sociedade em rede**: a era da informação, economia, sociedade e cultura. 1º Ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 497 p.

CHOI, Hesuk. Moon calls for thorough investigation of past, current scandals. **The Korea Herald**. 18 mar. de 2019. Disponível em: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20190318000776>. Acesso em: 03 set. de 2019.

CORREA, Elizabeth; BERTOCCHI, Daniela. O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. *In: CORREA, Elizabeth (org.). Curadoria digital e o campo de comunicação*. São Paulo: ECA - USP, v. 1, p. 22-39, 2012. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0ByZWLSd0t06WitkNFcVRNT3dERDA/edit>. Acesso em: 29 out. de 2019.

COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócio para o jornalismo digital. **Revista de Jornalismo ESPM**. São Paulo, n. 9, p. 51-115, fev de 2014.

EX-PRESIDENTE.... Ex-presidente da Coreia do Sul é condenada a 24 anos de prisão por corrupção. **G1**. 06 abril de 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/ex-presidente-da-coreia-do-sul-e-condenada-a-24-anos-d-e-prisao-por-corrupcao.ghtml>. Acesso em: 03 set. de 2019.

FEITOSA, Alessandro. Twitter lança Moments no Brasil; saiba como funciona e comece a usar. **Techtudo**. 17 nov. de 2015. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/11/twitter-lanca-moments-no-brasil-saiba-como-funciona-e-comece-usar.html>. Acesso em: 03 set. de 2019.

FIDALGO, Antônio. Jornalismo Digital em Base de Dados: A resolução semântica no jornalismo online. *In*: BARBOSA, Suzana (org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom - Universidade da Beira Interior, 2007. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/54>. Acesso em: 03 set. de 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2º Ed. São Paulo: Atlas, 1987. 176 p.

GLASER, Mark. Your Guide to Citizen Journalism. **Media Shift**. 2006. Disponível em: <http://mediashift.org/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270/>. Acesso em: 03 set. de 2019.

GOMES, Helton. Usuários móveis do Twitter no Brasil já passam de 70% do total. **G1**. 27 nov. de 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/11/usuarios-moveis-do-twitter-no-brasil-ja-passa-m-de-70-do-total.html>. Acesso em: 03 set. de 2019.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. 1º Ed. São Paulo: Aleph, 2014. 408 p.

J.K. Reinvestigation Of Jang Ja Yeon's Sexual Abuse Case Concludes With Final Report Submitted. **Soompi**. 13 maio de 2019. Disponível em: <https://www.soompi.com/article/1324185wpp/reinvestigation-of-jang-ja-yeons-sexual-abuse-case-concludes-with-final-report-submitted>. Acesso em: 03 set. de 2019.

KELLEY, Caitlin. Burning Sun Scandal: A Timeline of Allegations, Arrests and Involvement of Several K-Pop Stars [Updated]. **Billboard**. 24 mar. de 2019. Disponível em: <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8503818/burning-sun-scandal-timeline-s-eungri-jung-joon-young>. Acesso em: 03 set. de 2019.

KIM. **Tweets com jornalismo colaborativo, cidadão e participativo**. 11 mar. de 2019. Twitter: @josephungkim. Disponível em: <https://twitter.com/josephungkim/status/105297431065841664> Acesso em: 29 out. de 2019.

KAPFERER, Jean Noël. **Boatos: a mais antiga mídia do mundo**. 1º Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993. 275 p.

KUNCZIK, Michael. **Conceito de Jornalismo: Norte e Sul**. 2º Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. 416 p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 1º Ed. São Paulo: Editora 34, 1997. 264 p.

MACHADO, Elias. Jornalismo Digital em Base de Dados: O banco de dados como espaço para composição de narrativas. *In*: BARBOSA, Suzana (org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom; Universidade da Beira Interior, 2007. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/54>. Acesso em: 03 set. de 2019.

MAIS.... Mais um astro do K-pop abandona carreira após escândalo sexual. **O Globo**. 14 mar de 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/mais-um-astro-do-pop-abandona-carreira-apos-escandalo-sexual-23521436>. Acesso em: 03 set. de 2019.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. 1º Ed. São Paulo: Olho D'água, 2001. 228 p.

MORETZSOHN, Sylvia. **O "jornalismo cidadão" e o mito da tecnologia redentora**. Universidade Federal Fluminense: SBPjor, v. 9, n.2, p. 63-81, 2014. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/751/571>. Acesso em: 28 out. 2019.

OHANDJANIAN, Sevana. TIMELINE: The Burning Sun controversy. **SBS PopAsia**. 12 mar de 2019. Disponível em: <https://www.sbs.com.au/popasia/blog/2019/03/12/timeline-burning-sun-controversy>. Acesso em: 03 set. de 2019.

O'REILLY, T. **What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. O'Reilly Publishing, 2005. Disponível em: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 28 out. 2019.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. Covilhã: Labcom - Universidade da Beira Interior, n. 4, v. 1, p. 1-10, 1999. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/02/palacios-marcos-informacao-memoria.pdf>. Acesso em: 03 set. de 2019.

PRIMO, A.; TRÄSEL, M. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo: Universidade Federal Fluminense, v. 14, p. 37-56, 2006. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>. Acesso em: 03 set. de 2019.

PRIMO, Alex. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. **Revista Galáxia**. São Paulo, v. 16, n. 1, p. 1-16, dez. de 2008. Disponível em: http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/caso_Isabella_e_Madeleine.pdf. Acesso em: 03 set. de 2019.

RECUERO, Raquel. **Análise de redes para mídia social**. 1º Ed. Porto Alegre: Sulina, 2015. 182 p.

RECUERO, Raquel. **Deu no Twitter, alguém confirma?:** Funções do jornalismo na era das redes sociais. *In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, 9. 2011, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: SBPjor, 2011. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sbpjorreacuero.pdf>. Acesso em: 03 set. de 2019.

RECUERO, Raquel. Estudando discurso em mídia social: uma proposta metodológica. *In: SILVA, Tarcízio; BUCKSTEGGE, Jaqueline; ROGEDO, Pedro (org.). Estudando cultura e comunicação com mídias sociais*. 1º Ed. Brasília: IBPAD, 2018. 401 p.

RECUERO, R.; ZAGO, G.; BASTOS, M. T. O Discurso dos #ProtestosBR: análise de conteúdo do Twitter. **Revista Galáxia**. São Paulo, n. 28, p. 199-216, dez. de 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gal/v14n28/v14n28a17.pdf>. Acesso em: 29 out. de 2019.

SEUNGRI BRASIL. **Tweet demonstrativo com link**. 16 mar. de 2019. Twitter: @SeungriBrasil. Disponível em: <https://twitter.com/SeungriBrasil/status/1106763030187118592>. Acesso em: 29 out. de 2019.

SILVA, Clarice. Sexo, drogas e corrupção: astro do K-Pop, Seungri aposenta-se. **Metrópoles**. 11 mar. de 2019. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/sexo-drogas-e-corrupcao-astro-do-k-pop-seungri-aposenta-se>. Acesso em: 03 set. de 2019.

SILVA, Tarcízio. Curadoria, mídias sociais e redes profissionais: reflexões sobre a prática. *In: CORREA, Elizabeth (org.). Curadoria digital e o campo de comunicação*. São Paulo: ECA - USP, v. 1, p. 73-84, 2012. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0ByZWLSd0t06WiTkNFcVRNT3dERDA/edit>. Acesso em: 29 out. de 2019.

SILVEIRA, Denise Tolf.; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. *In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. (org.) Métodos de pesquisa*. 1º Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p.

TWITTER... Twitter aumenta limite para 280 caracteres. **G1**. 07 nov. de 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/twitter-aumenta-limite-para-280-caracteres.ghtml>. Acesso em: 03 set. de 2019.

VELLOSO, Felipe. Twitter cria uma nova função que lhe permite citar outros tweets. **Tudo celular**. 07 abril de 2015. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/apps/noticias/n52595/twitter-citar-quote.html>. Acesso em: 03 set. de 2019.

WARDLE, Claire. Fake news. It's complicated. **First Draft**. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>. Acesso em: 03 set. de 2019.

WILDER, Gabriel. The Burning Sun scandal that torched South Korea's elites. **The Interpreter**. 07 jun. de 2019. Disponível em:

<https://www.lowyinstitute.org/the-interpretor/burning-sun-scandal-torched-south-korea-s-elite>
s. Acesso em: 03 set. de 2019.

ZAGO, Gabriela. Informações Jornalísticas no Twitter: redes sociais e filtros de informações. **Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília**. Brasília, v. 4, n. 1, jan de 2011. Disponível em:

<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/2438>. Acesso em: 03 set. de 2019.