

CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE SANTA CATARINA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

GIOVANNA PAVAN DA COSTA FRANCO

COPA DO MUNDO DE 2014 E A INTERATIVIDADE DO JORNAL
O ESTADO DE S. PAULO PELO TWITTER

SÃO JOSÉ – SC

2017

CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE SANTA CATARINA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

GIOVANNA PAVAN DA COSTA FRANCO

COPA DO MUNDO DE 2014 E A INTERATIVIDADE DO JORNAL
O ESTADO DE S. PAULO PELO TWITTER

Monografia apresentada a disciplina Projeto Experimental em Jornalismo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário Estácio de Sá de Santa Catarina.

Professora Orientadora: Lucia C.M. de Miranda Moreira, Dra.

SÃO JOSÉ – SC

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Estácio Santa Catarina)

F825c Franco, Giovanna Pavan da Costa
Copa do Mundo de 2014 e a interatividade do Jornal *O Estado de S. Paulo* pelo Twitter / Giovanna Pavan da Costa Franco. – São José, SC, 2017.
76 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) – Centro Universitário Estácio de Santa Catarina, São José, 2017.

1. Webjornalismo. 2. Redes sociais - Twitter. 3. Copa do mundo (2014) - Seleção brasileira. I. Título.

CDD: 070



**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
ATA DE BANCA DE DEFESA DE MONOGRAFIA**

No dia 05 do mês de dezembro de 2017, nas dependências do Centro Universitário Estácio de Santa Catarina, o(a) acadêmico(a) **GIOVANNA PAVAN DA COSTA FRANCO** defendeu sua monografia intitulada **COPA DO MUNDO DE 2014 E A INTERATIVIDADE DO JORNAL O ESTADO DE S. PAULO PELO TWITTER.**

A Banca Examinadora foi formada pelos seguintes professores:

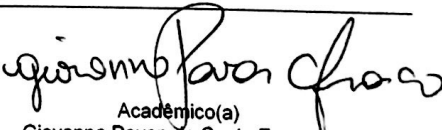
Orientador: Dra. Lúcia Correia Marques de Miranda Moreira

Professor: Dra. Adriane Knops

É importante lembrar que a versão final da Monografia, em CD, deverá ser entregue, após a defesa pública, à coordenação de curso. A publicação da nota somente será efetivada após a entrega da versão final, com todas as alterações da banca solicitadas, efetivadas e aprovadas pelo professor da disciplina, juntamente com a Declaração de responsabilidade exigida pela Coordenação do Curso de Comunicação Social Com Habilitação em Jornalismo.

O trabalho obteve em banca nota 9,0 equivalente nota final da disciplina. Nada mais havendo a tratar, encerrou-se a presente sessão.


Orientador
Dra. Lúcia C. M. de Miranda Moreira


Acadêmico(a)
Giovanna Pavan da Costa Franco


Professor
Dra. Adriane Knops

Dedico essa monografia a mim que, com muito esforço, consegui concluir, a toda minha família e principalmente e ao meu anjo da guarda, Rodrigo Pavan.

Agradeço primeiramente a minha mãe, Leticia Pavan, que desde sempre fez de um tudo por mim e principalmente foi coerente com meus momentos de estresse por conta do presente trabalho.

Agradeço ao meu pai, Daniel Franco, por me dar a oportunidade de estar cursando a universidade e por todo apoio.

Agradeço minha irmã, Juliana Pavan, por ter sido minha revisora ativa e por todo suporte. Mas, principalmente, por me dar o maior presente que eu poderia receber este ano, meu afilhado Henrique.

Agradeço em especial aos meus amigos Débora e Akbhar que leram e releram este trabalho na intenção de me posicionar no que e onde melhorar. E aos meus amigos Oracy e Guilherme pelo apoio emocional durante o período de construção desta monografia.

Agradeço a incrível paciência do meu namorado Douglas.

Agradeço, também, a todos parentes, amigos, professores e conhecidos que de alguma tiveram pensamentos positivos sobre a conclusão deste trabalho.

A todos vocês, meu imenso obrigada.

RESUMO

Este trabalho monográfico tem como objetivo estudar a nova maneira de interagir com o leitor por meio do microblog Twitter com foco na repercussão da copa do mundo que ocorreu no Brasil no ano de 2014. Destaca-se as principais características do Jornalismo na *Web*, a história das Redes Sociais e do Twitter, como funciona a interatividade no jornalismo e o papel do jornalismo e do jornalista para com a sociedade. Para realizar este trabalho precisou-se, também, aprofundar o conhecimento a respeito da história do jornal *O Estado de S. Paulo* e verificar de que maneira o veículo interage com seu leitor, em três momentos de análise, enfatizando a seleção brasileira, durante o Mundial de 2014. Examinou-se, com o propósito de confirmação do tema proposto, o perfil oficial do jornal na rede social Twitter em busca de momentos de interação do referido veículo com seu leitor.

Com toda a análise proposta foi possível concluir que cada vez mais os veículos tradicionais estão usando das redes sociais para reproduzir seu conteúdo, especialmente no Twitter, que com seu imediatismo faz com que as primeiras informações sejam noticiadas no microblog, por jornalistas ou até mesmo parceiros independentes dos jornais.

O trabalho também conta com uma revisão bibliográfica que oferece uma sustentação para o tema levantado. Os principais teóricos usados na presente pesquisa foram Recuero, Canavilhas, Ferrari e Zago.

Palavras-chave: jornalismo na web, twitter, copa do mundo de 2014, seleção brasileira

LISTAS DE FIGURA

Ilustração 1 – Pássaro símbolo do Twitter.....	26
Ilustração 2 – Primeira edição do jornal ainda com o nome “A Província de São Paulo”	35
Ilustração 3 - Print da conta oficial no Facebook do Jornal <i>O Estado de S. Paulo</i>	38
Ilustração 4 – Print da conta oficial no Instagram do jornal <i>O Estado de S. Paulo</i>	39
Ilustração 5 – Print da conta oficial no Twitter do Jornal <i>O Estado de S. Paulo</i>	40
Ilustração 6 – Print dos Retweets e Favoritos da #ChargedoSJogo BrasilXCroácia	42
Ilustração 7 – Print #ChargedoSJogo BrasilXCroácia	43
Ilustração 8 – Print dos Retweets e Favoritos da #ChargedoSJogo BrasilXColumbia ...	44
Ilustração 9 – Print da #ChargedoSJogo BrasilXColumbia	45
Ilustração 10 – Print dos Retweets e Favoritos da #ChargedoSJogo BrasilXAlemanha	46
Ilustração 11 – Print da #ChargedoSJogo BrasilXAlemanha	48
Ilustração 12 – Print da frase de Marcelo a respeito do gol contra em coletiva de Imprensa	50
Ilustração 13 – Print dos comentários dos internautas sobre a frase de Marcelo	51
Ilustração 14 – Print das ofensas raciais ditas ao Marcelo após gol contra	52
Ilustração 15 – Print dos comentário sobre o racismo cometido com Marcelo	53
Ilustração 16 – Print da comemoração do ganho das quartas de finais	55
Ilustração 17 – Print dos comentários sobre a ida da seleção para a semifinal	56
Ilustração 18 - Print da noticia de que Neymar fratura a vértebra e ficará ausente do restante da copa	57

Ilustração 19 – Print dos comentários sobre a ausencia de neymar no restante da copa	58
Ilustração 20 – Print do lance que tirou Neymar da Copa de 2014	59
Ilustração 21 – Print dos comentários sobre o lance que ausentou Neymar da copa	61
Ilustração 22 – Print da lamentação de David Luiz após a perda para Alemanha	63
Ilustração 23 – Print da reação dos leitores à lamento de David Luiz	64
Ilustração 24 – Print da Enquete “de quem foi a culpa da goleada”	65
Ilustração 25 – Print das respostas à enquete	66
Ilustração 26 – Capa do <i>O Estado de S. Paulo</i> no dia seguinte ao 7a1	68
Ilustração 27 – Capa do jornal OLÉ, argentino	70

LISTA DE SIGLAS

JB – Jornal do Brasil

OESP - *O Estado de S. Paulo*

PD - Partido Democrático

DOPS - Departamento de Ordem Política e Social

DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda

STF - Supremo Tribunal Federal

RT – Retweets

FAV – Favoritos

FIFA - Federação Internacional de Futebol

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1 Tema.....	13
1.2 Problema.....	14
1.3 Objetivos.....	14
1.3.1 Objetivo Geral.....	14
1.3.2 Objetivos Específicos.....	14
1.4 Justificativa.....	14
1.5 Estrutura de Trabalho.....	15
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	17
3. REVISÃO DE LITERATURA.....	19
3.1 O Jornalismo no meio virtual	19
3.2 Redes Sociais	22
3.3 O Twitter.....	25
3.4 O papel do jornalismo e do jornalista na sociedade	28
3.5 A interatividade utilizada na web	30
4. ANÁLISE DE DADOS.....	34
4.1 A história do jornal <i>O Estado de S. Paulo</i>	34
4.2 O Twitter do jornal <i>O Estado de S. Paulo</i>	40
4.2.1 A construção da interatividade do jornal <i>O Estado de S. Paulo</i> , pelo Twitter, durante a copa de 2014	41
4.3 A Copa do Mundo de 2014 pelo Twitter do jornal <i>O Estado de S. Paulo</i>	48
4.3.1 O jogo de abertura: Brasil contra Croácia	49
4.3.2 Quartas de final: Brasil contra Colômbia	54
4.3.3 O fatídico 7x1 da seleção alemã contra a brasileira	62
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS	72

1 INTRODUÇÃO

Com o surgimento das novas tecnologias e do constante desenvolvimento das plataformas digitais, o jornalismo tradicional está procurando se reinventar e se adaptar às novas formas de produzir conteúdo, principalmente por meio das redes sociais.

De acordo com Recuero e Zago (2009), o Twitter foi criado em 2006 e é um site que permite atualizações em até 140 caracteres, onde os usuários são convidados a responder à mensagem "O que está acontecendo?", publicando, assim, informações com quem os segue.

O uso do Twitter para o jornalismo já foi bastante discutido a partir de sua apropriação informacional e pelos veículos noticiosos (Zago, 2009). Pois é por meio dele que, profissionais da comunicação e usuários, divulgam acontecimentos que podem ser relevantes para a sociedade, antes mesmo que algum meio de comunicação mais tradicional noticie o fato.

Tanto as plataformas digitais quanto as mais tradicionais, possuem suas maneiras de interagir com o leitor. No Twitter, fatos marcantes costumam mobilizar os usuários, com informações, especulações e campanhas. Para o site do Correio Braziliense (2014), a copa do mundo, que ocorreu no Brasil, em 2014, foi um deles. Desta forma, o presente trabalho focará em três momentos deste evento, descritos ao longo do trabalho, enfatizando a seleção brasileira.

Esta monografia procura analisar a interatividade utilizada no microblog Twitter, por meio da conta oficial do jornal *O Estado de S. Paulo*, durante a copa do mundo que ocorreu no Brasil no ano de 2014.

Além disso, procura-se fazer um embasamento teórico da história do jornalismo no meio virtual, das redes sociais, da plataforma Twitter e como é utilizada a relação emissor e receptor por meio da plataforma.

1.1 Tema

A interatividade do jornal *O Estado de S. Paulo* no microblog Twitter durante a copa do mundo no Brasil de 2014.

1.2 Problema

De que maneira pode-se verificar a construção da interatividade do veículo *O Estado de S. Paulo*, na plataforma virtual Twitter, avaliando as relações entre emissor e receptor?

1.3 Objetivos

Neste tópico apresenta-se o objetivo geral e os objetivos específicos que devem ser alcançados no desenvolvimento do referido trabalho, adequando-se ao tema escolhido.

1.3.1 Objetivo Geral

Verificar as maneiras utilizadas pelo jornal *O Estado de S. Paulo* na forma de interagir com o seu público no meio virtual, pela plataforma Twitter durante a copa do mundo que ocorreu no Brasil no ano de 2014.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Examinar as principais características do jornalismo no meio virtual;
- b) Analisar de que maneira o Twitter diferencia-se das outras redes sociais quanto ao compartilhamento instantâneo de notícias jornalísticas;
- c) Identificar a interatividade usada pelo jornal por meio da plataforma Twitter;
- d) Estudar a maneira como o imediatismo do Twitter fez com que repercutisse as notícias a respeito da copa do mundo de 2014, enfatizando os jogos da seleção brasileira;
- e) Apresentar tweets da conta oficial do jornal *O Estado de S. Paulo*, que mostram a relação emissor e receptor utilizada pelo jornal;
- f) Elaborar a revisão de literatura pertinente à pesquisa.

1.4 Justificativa

De acordo com Ricardo Oliveira (2014), a internet mudou muitos aspectos na vida das pessoas, ela modificou nossa vida para sempre, e continuará a fazê-la cada vez mais, com o avanço da tecnologia nos meios de comunicação. E com isso, vem conquistando o seu espaço, principalmente na hora de distribuir notícias e acontecimentos em primeira mão.

Entre tantas funções atribuídas ao mundo *online*, a instantaneidade do compartilhamento de informações é o que diferencia as redes sociais (PINHO, 2003, p.51), e é essa característica que faz o microblog Twitter se destacar, tornando-se assim o objeto de estudo do presente trabalho.

O interesse pelo tema surgiu quando a acadêmica identificou que o Twitter é a principal rede social utilizada pelos seus amigos na hora da busca de informações sobre qualquer assunto. Também se percebeu que, durante o evento abordado no trabalho, a rede social agia de maneira instantânea em relação ao compartilhamento de notícias jornalísticas, comentário de entretenimento e fatos sobre os três momentos escolhidos para análise nesta monografia.

O presente trabalho irá unir o Twitter à Copa do Mundo que ocorreu no Brasil em 2014, avaliando-se a maneira com a qual o perfil oficial do jornal *O Estado de S. Paulo* interagia com o seu leitor na hora de informar.

Ainda, será feita uma análise de artigos, obras e autores acerca da forma com que o jornalismo tradicional vem se adaptando às novas plataformas bem como analisar-se-á como a interatividade é utilizada no jornalismo e o quanto os jornalistas estão se adequando às novas maneiras de fazer jornalismo.

Por meio desta pesquisa a acadêmica poderá ampliar o conhecimento dentro da área virtual, que está em constante evolução a fim de explorar a contribuição das redes sociais para o atual jornalismo.

1.5 Estrutura do trabalho

Para uma melhor compreensão deste trabalho e objetivando facilitar a análise de estudo e o desenvolvimento das ideias propostas, a presente monografia foi dividida em cinco capítulos.

O primeiro capítulo dá início ao trabalho, apresentando: introdução, tema, problema e objetivos gerais e específicos, além da justificativa, que esclarece os motivos pelo qual foi escolhido o tema trabalhado na presente pesquisa.

O segundo capítulo evidencia os procedimentos metodológicos utilizados na construção deste trabalho, como o tipo de pesquisa, as ferramentas de análise e a realização da coleta de dados.

O terceiro capítulo é caracterizado por proporcionar toda a fundamentação teórica do tema escolhido. Serão abordados temas como a história do jornalismo impresso no

Brasil, e ainda, será feita uma contextualização sobre a mídia virtual, evidenciando a rede social Twitter, e como funciona a interatividade no jornal e como o jornalista está se adaptando as Redes Sociais.

No quarto capítulo será apresentado e analisado detalhadamente o tema abordado, assim como todas as informações apanhadas na coleta de dados, para que, assim, seja possível encontrar a resposta à questão problema.

No quinto e último capítulo é onde encontram-se as considerações finais, além das conclusões da autora e suas opiniões/recomendações acerca do tema, apresentando as referências, que mostra todas as obras consultadas na produção da monografia.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Normalmente as pessoas são cercadas por dúvidas e por questões as quais muitas vezes não se obtém respostas no dia a dia e para tê-las é necessário se pesquisar. Tal fundamento se torna necessário no cotidiano para argumentar, justificar, checar, comprovar, e etc.

A metodologia de uma pesquisa é a linha que traça os caminhos percorridos e estudados durante a execução do trabalho. De acordo com Gil (2008 p.26) pesquisa é o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. De acordo com Dayana Costa (2008, p.5) a pesquisa científica é um procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos.

Neste capítulo serão apresentadas as metodologias que foram fundamentais para a produção do presente trabalho, a partir da pesquisa que foi utilizada no mesmo.

Fez-se necessário uma organização, investigação e uma ampla pesquisa e análise dos tweets publicados no Twitter oficial do jornal *O Estado de S. Paulo*, durante os três momentos abordados no trabalho, sendo eles: o jogo de abertura, disputado por Brasil e Croácia, no dia 12 de junho de 2014; o jogo das quartas de final, disputado por Brasil e Colômbia, dia 04 de julho de 2014; e o fatídico 7x1 da Alemanha sobre a seleção brasileira, dia 08 de julho de 2014.

O presente trabalho também conta com uma pesquisa bibliográfica, que para Gil (2008, p.51) é algo fundamental, pois amplia o conhecimento sobre o assunto. A coleta de dados também foi essencial para selecionar tweets a serem analisados. As repercussões e a interatividade entre emissor e receptor foram cruciais nessa escolha.

Para complementar os procedimentos metodológicos é preciso identificar qual método foi utilizado para a confecção do trabalho. E a partir da descrição de Mascarenhas (2012, p.42), é possível verificar que o método utilizado foi o dedutivo, pois ele parte do conhecimento geral para poder analisar algo específico, focando nas informações gerais sobre interatividade, redes sociais e do jornalismo tradicional para examinar a maneira com a qual o jornal *O Estado de S. Paulo* manteve a relação emissor e receptor, pelo Twitter, durante a copa do mundo de 2014, no Brasil.

Fonseca (2002) dissertou sobre o assunto e classificou como metodologia o processo de reunião de dados. Para ele, *methodos* significa organização, e *logos*, estudo sistemático, pesquisa, investigação; ou seja, metodologia é o estudo da organização, dos

caminhos a serem percorridos, para se realizar uma pesquisa ou um estudo, ou para se fazer ciência.

O presente trabalho pode ser considerado como resultado de uma análise exploratória dos dados divulgados pela mídia virtual, em sua plataforma Twitter, e através dela resolver o problema de forma que o público consiga entender como o jornal abordado interagia com o seu leitor.

No próximo capítulo serão introduzidos conceitos essenciais para o entendimento deste trabalho, através de resultados característicos.

3. REVISÃO DE LITERATURA

Para um melhor entendimento do problema proposto nesta monografia, será feito um levantamento de autores e obras relevantes ao tema escolhido, mostrando a história dos meios e veículos de comunicação citados neste trabalho e como utilizam a interatividade com seu receptor. Todas as citações utilizadas no decorrer do capítulo serão importantes na construção dessa pesquisa como um todo.

3.1 O Jornalismo no meio virtual

No passar das décadas e com o avanço tecnológico o mundo foi se adaptando aos novos formatos e modernidades que fizeram com que profissões e profissionais de diversas áreas se redescobrissem de acordo com o que está em alta no mercado.

Com o jornalismo não foi diferente, conhecido por propagar informações para a sociedade e transmitir acontecimentos, precisou se reinventar aos novos sistemas de compartilhamento de notícias para não ficar para trás.

O jornalismo na *web* vem evoluindo cada vez mais e a nova era no meio da comunicação (MIELNICZUK, 2016, p.30), a comunicação digital (também chamado de webjornalismo ou jornalismo on-line), está em constante desenvolvimento, inventando novas ferramentas para se inovar cada dia.

Até os veículos que prezavam pelo tradicional cederam aos novos meios de fazer jornalismo, tendo assim que se reinventar para não ficarem ultrapassados, e tentar sobreviver em uma área tão disputada, onde produtores independentes também podem ser considerados fontes de informação, evitando assim, aos poucos, o seu desaparecimento.

Segundo o autor Felipe Pena (2008), o advento da internet influenciou a maioria dos veículos de comunicação, de todos os tipos, em todas as fases de produção e recepção da notícia. “É preciso perceber que a tecnologia e o jornalismo caminham lado a lado, isso é notório pelo próprio histórico da área, em que avanços na transmissão da informação imprimiram, e continuam imprimindo, novas maneiras de se produzir jornalismo” (SOUSA, 2008).

O jornalismo *online* no Brasil começa sua história com a vontade e a capacidade de aceitar desafio de um grupo de jornalistas que queriam experimentar a “nova mídia”: internet. Coube ao Jornal do Brasil (JB), um dos mais tradicionais do país, iniciar a experimentação e inovação (BALDESSAR, 2006, p.2).

De acordo com a Dra. Maria José Baldessar (2006, p.2), em 08 de fevereiro de 1995 começava a circular na rede a primeira edição do *JB Online* para usuários no Brasil que dispunham do serviço.

Segundo Gradim (2000, p.152), o jornal digital possui diversas vantagens e a atualização, quase que instantânea, das informações é o seu grande diferencial. Além disso, o mundo *online* permite a interatividade, fazendo com que seja possível manter a relação emissor e receptor, dando ao público a capacidade de interagir imediatamente com a notícia.

Nos textos *online* também são encontrados os *hiperlinks*, que são os *links* que levam o leitor para outras páginas relacionadas à notícia que está sendo lida no momento (BALDESSAR, 2006, p.7). Assim, os leitores escolhem qual rumo seguir e até onde ir para saber da informação.

Para Pena (2008), o maior desafio do jornalismo digital é encontrar sua linguagem e democratizar seus caminhos de acesso direto com o público. Foram muitos os estágios que contribuíram para o desenvolvimento do jornalismo na *web* que temos hoje. Num primeiro momento, começou copiando-se o conteúdo da publicação impressa para o digital. De acordo com o jornalista Davi de Magalhães (2012), essa primeira geração foi uma mera reprodução/transposição de conteúdo.

Ainda de acordo com jornalista acima citado, na segunda geração os veículos de comunicação entenderam que para alcançar maior visibilidade na internet, tinham de criar uma maneira que fizesse o usuário acessar o site. Por conta disso, passou-se a desenvolver materiais exclusivos, elaborado especialmente para o meio digital. Para Magalhães (2012), foi nesse momento que as notícias passaram a ser redigidas em versões mais curtas e de fácil entendimento para que a leitura se tornasse rápida.

Afinal, a *web* tem espaço ilimitado, mas a atenção dos leitores é limitada.

De acordo com Magalhães (2012) a terceira geração se caracterizou pela inserção de conteúdos multimídia (texto, imagem, som e vídeo). O objetivo era não só complementar as matérias, mas sim torná-las mais atrativas para os usuários. A quarta e atual geração está intrinsecamente ligada ao jornalismo participativo. Como sugerido no nome, esse tipo de jornalismo dá a oportunidade ao público leitor participar da produção e circulação dos conteúdos (MAGALHÃES, 2012).

No jornalismo *online* atual são utilizados quatro níveis de leitura que podem ser feitas pelo receptor. Canavilhas (2007) explica esses níveis no formato da redação *online*:

Há uma parte que se refere ao *lead*, que responde às perguntas: o quê, quando, quem e onde. Outra responde o porquê e como, complementando a informação. Tem também o nível de contextualização que é onde se encontram mais informações, podendo ser utilizados os recursos multimídia, que fazem com que a leitura tenha mais entretenimento. E no nível de exploração, que é onde a notícia é empregada, arquivos de publicações passadas e outros assuntos relacionados (CANAVILHAS, 2007, p. 38).

Por conta desses níveis, os veículos *online* se destacam e se diferenciam dos demais veículos de comunicação. Ao final da década de 1990, Ferrari (2003) conceituava que:

A informação disponível na web poderia derrubar a audiência da televisão e a circulação dos jornais, modificando a própria concepção de notícia, já que podemos ler reportagens tanto no papel quanto na tela do computador ou da TV, graças à versão digital dos jornais e revistas (FERRARI 2003, p. 13).

Com todas estas questões, percebe-se que a internet obteve grandes mudanças, graduais na maneira de apurar, produzir, dispor e distribuir informações, assim como o modo de se relacionar com a recepção da mensagem. É difícil hoje em dia ver alguma revista ou jornal brasileiro que não possua versão *online* (MADEIRA, 2013), assim como as mais diferenciadas redes sociais estão providas de um fluxo contínuo de informações.

Hoje em dia a rede virtual está muito mais presente em nosso cotidiano e se tornou um dos principais meios de comunicação e de entretenimento do nosso país (ESQUARCIO, 2016).

Para a psicóloga Inês Niero (2011) a internet trouxe uma profunda mudança de comportamento na nossa sociedade. Para ela, o invento, como ferramenta de trabalho, trouxe agilidade, facilidade e rapidez. Na aprendizagem, influenciou de maneira muito positiva, trazendo conhecimento de forma prática e global. “A variedade e qualidade dos textos e fotos enriquecem a pesquisa” (NIERO, 2011).

A internet é ótima para reencontrar a família, os amigos; manter o contato e marcar encontros. Mas de acordo com a psicóloga, a ferramenta se torna um peso quando se trata das relações pessoais, pois as pessoas tornaram-se mais distantes e frias. São intermediadas à distância. O homem torna-se mais egoísta e individualista. (NIERO, 2011).

Para o jornalista Daniel Sampaio (2014), é indesmentível como as redes sociais virtuais mudaram as nossas vidas. De acordo com Sampaio (2014), em seu artigo “A internet mudou nossas vidas”, a mudança ocorreu por meio de dois fatores:

Em primeiro lugar, pela democratização do conhecimento que implica: qualquer pessoa pode aceder com rapidez à informação e ao conhecimento a partir de uma simples pesquisa num computador, acessível em muitas casas e locais públicos. Depois, pela mudança na nossa forma de comunicar, à distância e na proximidade (SAMPAIO, 2014, p.2).

O jornalista ainda enfatiza que a imprensa escrita será lida cada vez menos pessoas e os romances terão tiragens cada vez menores, se não se pensar na leitura e na escrita de uma forma diferente.

O incentivo à leitura não se poderá continuar a fazer com palestras tradicionais, feitas por pessoas que gostam de ler, para outras que não têm esse hábito; ou pela propaganda de livros carimbados com Ler+, em seleção discutível. O caminho passa por leituras partilhadas, na família e na escola, a partir de suportes digitais, que devem incluir sons e imagens que estimulem a fixação da atenção, tornada agora mais volátil pela estimulação permanente. (SAMPAIO, 2014, p.2)

Percebe-se que cada vez mais o jornalismo é reproduzido nas novas redes sociais criadas dentro do mundo virtual (ESTADÃO, 2016). Esse fato faz com que o leitor, quando interessado, se mantenha informado a maior parte do seu tempo. A questão é que a tecnologia tem aproximado a relação emissor e receptor da informação cada vez mais.

Para Jenkins (2008) a conectividade por meio das redes sociais faz com que os indivíduos sejam ao mesmo tempo produtores, consumidores e comentaristas da notícia. Diante desse protagonismo do internauta na geração e na oferta de conteúdo, o profissional tem menos controle da informação e tempo para a sua produção.

São essas relações ligadas ao jornalismo *online* que serão debatidas ao longo do restante desse trabalho; a maneira como se faz notícia no meio virtual, sua credibilidade e a relação do jornalista com o leitor.

3.2 Redes Sociais

De acordo com Raquel Recuero (2004, p.7), a Rede Social é um sistema de interação social que busca conectar pessoas e proporcionar comunicação. “Redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões” (Recuero, 2009, p.02). Ela é uma estrutura social integrada por pessoas, organizações ou entidades de todas as partes do mundo que estão conectadas entre si por um ou por vários tipos de relações, tais como as relações de amizade, parentesco, econômica, sexual, interesses comuns, crenças, entre outras possibilidades.

No entanto, na atualidade e a partir dos últimos anos, este conceito tem sofrido algumas alterações, pois começou a ser usado nos *sites*¹ da internet que promovem as comunidades virtuais de acordo com os interesses de cada um.

As redes sociais são um meio de se comunicar com outras pessoas dentro da internet (RESULTADOSDIGITAIS.COM.BR², 2017). As redes sociais da internet se tornaram um fenômeno social que revolucionou a maneira de comunicação e interação dos seres humanos até o momento.

Uma das principais funções das redes sociais é conectar os usuários, que se conhecem ou não, permitindo a centralização da informação e de recursos, como fotos, vídeos, pensamentos, em um único lugar de fácil acesso e intercâmbio com os outros que o seguem/acompanham.

Os *sites* das redes sociais costumam ter como base os perfis de seus usuários, onde eles dividem o que gostam, não gostam, ouvem, leem, fazem e o que mais desejarem (DE PAULA, 2014, p. 26). É possível compartilhar experiências, dividir conhecimentos e formar grupos sobre tópicos específicos. O objetivo de tudo isso é reunir pessoas que estejam ligadas a você por um ou mais fatores. Por esse motivo, algumas redes sociais são criadas especificamente para certos interesses.

De acordo Moura (2006), a necessidade do indivíduo em se sentir parte de algo é o principal motivo pelo qual as pessoas buscam ingressar em uma rede social, pois a possibilidade de acesso à vida pessoal dos indivíduos aguça a curiosidade.

Redes sociais, no mundo virtual, são *sites* e aplicativos³ que operam em níveis diversos — como profissional, de relacionamento, dentre outros — mas sempre permitindo o compartilhamento de informações entre pessoas e/ou empresas.

Na internet, as redes sociais têm suscitado discussões como a da falta de privacidade, mas também servido como meio de convocação para manifestações públicas em protestos (RESULTADOSDIGITAIS.COM.BR, 2017).

¹ Site é um local na Internet identificado por um *nome de domínio*, constituído por uma ou mais páginas de hipertexto, que podem conter textos, gráficos e informações em multimídia.

² O site RESULTADOSDIGITAIS.COM.BR é um site de voltado para o marketing digital.

³ Um aplicativo é um sistema desenvolvido para ser instalado em um dispositivo eletrônico móvel, como tablets e smartphones. Os aplicativos são normalmente conhecidos como “apps”. Originalmente, eles foram criados como forma de suporte à produtividade e à recuperação de informações, como e-mail, calendário, contatos e informações meteorológicas, por exemplo. Porém, com a crescente procura, a disponibilidade, a evolução dos aplicativos e das tecnologias, conduziu à rápida expansão para outras categorias, como jogos, GPS, serviços de acompanhamento de pedidos variados, venda de ingressos, redes sociais e etc..

Essas plataformas criaram, também, uma nova forma de relacionamento entre empresas e clientes, abrindo caminhos tanto para interação quanto para o anúncio de produtos ou serviços (RESULTADOSDIGITAIS.COM.BR, 2017).

As redes sociais vêm transformando a forma que os consumidores recebem informação. Elas têm, cada vez mais, aumentado as formas de escolha para acessar diferentes tipos de notícias, desde acontecimentos recentes a fofocas.

Para o Diretor de Comunicação na Burson-Marsteller Brussels⁴, Dennis Abbott (2017), “a mídia tradicional está tendo um trabalhão tentando se adaptar à era digital”. Os jornalistas estão em concorrência contra todo mundo para serem os primeiros a darem notícias de última hora. Eles não mais decidem qual é a maior história do dia. A notícia que viraliza é, muitas vezes, produzida por usuários das mídias sociais.

Para Abbott (2017), as mídias tradicionais e sociais formam um casal estranho, mas ambas precisam uma da outra – talvez mais do que nunca. Na era pós-verdade e das notícias falsas, as pessoas estão, cada vez mais, procurando fontes confiáveis.

Mesmo sem perder sua grandiosidade, as mídias tradicionais perderam espaço para as redes sociais, que saem a frente com o fator de instantaneidade na hora de publicar uma notícia (FIGUEIRO, 2010). Isso fez com que jornalistas se reestruturassem e se inovassem na hora de noticiar em primeira mão, usando suas redes sociais pessoais ou oficiais do jornal que trabalham.

Ainda se está muito distante da superação do impresso pelo *online* (RIGATOS,2013), mas os números a seguir, de uma pesquisa feita em 2011 com 84 jornalistas brasileiros, demonstram que já existe um equilíbrio entre as mídias tradicionais e as digitais.

A pesquisa realizada pela *Oriella PR Network*⁵, mostra que 80% dos profissionais brasileiros de jornalismo utilizam as redes sociais para se comunicar com fontes e 83,3% afirmam usar assuntos que estão em destaque nessas redes como pauta para suas matérias nos jornais impressos.

Os jornalistas estão usando mais as redes sociais do que as assessorias de imprensa, quando buscam determinadas informações. Ainda de acordo com a pesquisa da

⁴ A Burson-Marsteller é uma das maiores redes globais de consultoria de relações públicas e comunicação corporativa. // <http://www.burson-marsteller.eu>

⁵ Oriella PR Network é uma empresa que Estuda o Jornalismo Digital, representada na América Latina pela VIANEWS Comunicação Integrada

Oriella, 66,67% dos entrevistados brasileiros preferem o Twitter como fonte, em seguida está o Facebook com 58,33% e até mesmo os blogs aparecem, com 57,14%.

Outros dados relevantes comprovam uma mudança dos recursos jornalísticos para os canais digitais. 23,81% dos entrevistados disseram que só publicam conteúdos exclusivos para o *online* e 13,10% dos jornalistas afirmam que os conteúdos de suas publicações são entre 41% e 60% de matérias não repetidas do impresso.

O que acontece é que as redes sociais se tornaram o primeiro local em que as pessoas, normalmente os jovens, procuram as informações, esperando que estas sejam confiáveis. De acordo com a jornalista Thayane de Paula (2013, p. 30) o Twitter é uma das redes sociais mais utilizadas na hora de busca imediata sobre determinadas informações.

Assim sendo, é sobre esta plataforma que discutiremos no tópico seguinte da presente monografia.

3.3 Twitter

De acordo com Zago (2008, p.8), o Twitter é uma rede social; uma ferramenta de microblog que permite o envio de atualizações – também chamadas de “tweets” – de até 140 caracteres. Fundado por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams em 2006, a plataforma surgiu como projeto da empresa Odeo. A rede foi lançada em 13 de julho de 2006, mas só se popularizou a partir de 2007 (RECUERO, 2009, p. 174). A mascote da rede social, um pássaro azul, vem da expressão popular “*A little bluebird told me*” (tradução: um passarinho azul me contou), utilizada pelas pessoas ao revelar uma novidade ou algo surpreendente.



Ilustração 1 – Pássaro símbolo do Twitter

Fonte: Site CuteDrop⁶(2012)

O contexto das redes sociais, os microblogs seriam variações dos conhecidos blogs. Por definição de Recuero, Amaral e Montardo (2009) os blogs são caracterizados por uma personificação e produção constante de conteúdo interativo.

O Twitter é uma ferramenta multifuncional que otimiza todas as formas de participação, pois une todas elas em um único *site* (NASCIMENTO et al, 2010).

Ao mesmo tempo em que é um microblog, o Twitter também tem características de rede social, já que a ferramenta permite ao usuário criar uma página pessoal e deixá-la com a “sua cara” e interagir com outros usuários.

No Twitter, o usuário escolhe quem ele quer seguir, ou seja, mensagens de quem quer ler. Diferente das demais redes sociais, no Twitter uma pessoa pode seguir sem ser seguido pelo outro. Para Recuero e Zago

Dentro da ferramenta, as conexões vão ainda mais longe: além de formar as redes pela conversação, é possível formar uma rede de contatos onde jamais houve qualquer tipo de interação recíproca. E essa conexão, embora não recíproca, pode dar ao ator acesso a determinados valores sociais, que de outra forma não estariam acessíveis, tais como determinados tipos de informações (RECUERO & ZAGO, 2009, p.3).

As atualizações ficam no perfil do usuário, e também são enviadas aos seus seguidores. Cada um possui uma *timeline*, na qual aparecem os tweets escritos por aqueles que o usuário segue. O uso do Twitter para conversar ocorre por meio do direcionamento de mensagens usando o símbolo “@” diante do *nickname* do destinatário, o que faz com que essas apareçam em sua aba denominada — *replies* na página do ator (HONEYCUTT E HERRING, 2009, apud RECUERO E ZAGO, 2009). Mas, os usuários podem se comunicar de forma privada através do envio de mensagens diretas, as DM’s (RECUERO E ZAGO, 2009 p.2).

Com o tempo, o Twitter passou a ser usado também com finalidade mais informativa, tendo em vista que essas mensagens se propagavam rapidamente (DE MEDEIROS, 2010, p. 43). As especificidades da ferramenta também propiciaram, nessa nova versão da ferramenta, a possibilidade de reproduzir a mensagem de outros seguidores, os chamados *retweets*, de comentar as informações ou falar diretamente, os

⁶ Empresa voltada para elaboração e disseminação de conteúdo criativo -<http://www.cutedrop.com.br/>

replies, adicionar *links* que remetem diretamente à página na *web* de onde a informação foi capturada e mostrar os temas que estão sendo mais comentados naquele momento, em determinadas partes do mundo, os *trending topics*.

A dinâmica que o Twitter proporciona, faz com que ele possa ser usado também como fonte de informação utilizada por jornalistas para fazer jornalismo. Uma das pesquisadoras que mais define o jornalismo no Twitter, Zago (2008, p.8), afirma que estas apropriações podem se dar para fins de se distribuir informações, tanto por parte de organizações jornalísticas, pelos jornalistas, quanto por parte de pessoas comuns, não profissionais da área.

O jornalismo por meio do Twitter, se dá através da divulgação de notícias pelos perfis de meios de comunicação e dos próprios jornalistas. Do mesmo modo, o uso do Twitter para acesso a informação é concorrente, tanto pelos usuários (JAVA Et al., 2007), que parecem investir tempo na busca e divulgação de informações para seus contatos, quanto por veículos de mídia (ZAGO, 2008; SILVA, 2009 apud ZAGO E RECUERO, 2009).

De acordo com Raquel Recuero (2009), são três as relações possíveis entre jornalismo e redes sociais: as redes sociais podem atuar como fontes produtoras de informação, como filtros de informação de todos os gêneros, ou ainda como espaços de reverberação dessas informações.

Partindo desse ponto e considerando ainda outras formas de utilização do Twitter, abordar-se-á como é utilizada essa ferramenta na relação emissor e receptor e como funciona a interatividade por meio do microblog.

3.4 O papel do jornalismo e do jornalista na sociedade

Para Nelson Tranquina (2005, p.26), jornalistas são participantes ativos na definição e na construção de notícias e, por consequência, na construção da realidade.

No entanto, Pereira (2004, p.10) declara que os jornalistas atuais estão voltados mais para o “jornalismo de mercado” e não mais somente com o comprometimento com o cidadão na hora de passar a informação.

Para Pereira (2004, p.12), a transformação das notícias em produto faz com que haja uma decadência nos métodos de produção jornalística, já que agora, para ele, a qualidade importa bem menos que o lucro.

Pereira (2004) destaca que:

É inegável o impacto que a mercantilização da imprensa tem sobre o exercício profissional. Com o "jornalismo de mercado" a crença de uma missão jornalista entre em conflito com a lógica empresarial. (PEREIRA, 2004, p. 13)

Esse impacto reflete na responsabilidade social que cada jornalista tem em se manter fiel à ética da profissão e na sua posição para com a sociedade.

Cremilda Medina (1982) trata da responsabilidade social do jornalista e define que a função social implica em fornecer informações do exato modo e de maneira completa, para todos grupos sociais e para todos que, de alguma forma, consigam compreender os acontecimentos.

Para Paulo Freire (1983), ser jornalista é ter a capacidade de agir e refletir sobre algo e transmitir isso ao leitor de maneira com que todos entendam.

A capacidade de agir e refletir, um dos pontos primordiais da dialética marxista, implica na consciência do ser de não apenas estar no mundo, mas estar com o mundo. “É preciso que seja capaz de, estando no mundo, saber-se nele. (FREIRE, 1983, p. 16).

Mas, ser jornalista não é somente se preocupar com a sociedade, e sim com a objetividade, imparcialidade e verdade na narração dos fatos (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 11-12). O autor, em seu livro “Ética no Jornalismo” (2008), afirma que “no exercício cotidiano da cobertura dos fatos que interessam à sociedade, a conduta ética se mistura com a própria qualidade técnica de produção de trabalho”. E ainda observa o jornalismo como “trabalho duro, responsável e imprescindível para o desenvolvimento das sociedades” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p.12)

Não se consegue detalhar quais são, ao certo, as funções de um jornalista, no entanto pode-se citar algumas. Em seu artigo “As funções de um jornalista”, o jornalista Fernando Kelysson (2010) aborda alguns pontos.

Uma das funções principais de um jornalista é transformar informação em notícia, o que implica organizar o grande volume de dados por meio de diversos processos: classificar, priorizar, hierarquizar, incluir, excluir, adaptar, expor etc. A profissão também consiste na transliteração: adequação de linguagem. O jornalista traduz termos técnicos e assuntos complexos em notícia simples para que o leitor leigo possa compreender do que se trata. Outra função do jornalista é contextualizar as informações para seu público e ainda refletir com ele suas implicações. (KELYSSON, 2010, p.1)

O jornalista, então, é a ferramenta essencial para que a profissão “jornalismo” se consolide cada vez mais, tanto nos moldes originais, como revista e jornais, como na atualidade, por *sites*, blogs e mídias sociais.

No jornalismo, se trabalha com a verdade, a independência e a pluralidade de opiniões, esses são os valores constantes na ética do jornalismo independente da época que se vive. No entanto, para Nadiane Perdomo (2015, p. 16), muitas vezes esses valores são negligenciados para dar lugar à uma lógica de manutenção do status vigente, no qual o jornalismo deixa de cumprir o papel de vigilante para se dedicar a fidelizar e atender os desejos de um público leitor estimado.

Segundo Karam (2004, p. 37), jornalismo "é uma profissão e um campo de conhecimento com traços distintivos, que permitem e exigem um saber e um fazer específico e possibilitam uma teoria, uma estética, uma ética e uma técnica própria".

Carlos Eduardo Franciscato (2005) apresenta as características essenciais do jornalismo contemporâneo, que se consolida através do tempo, desde o surgimento da atividade informativa. O autor diz que o jornalismo é uma instituição social, com um papel social específico e exclusivo de relatar a verdade do mundo e tem legitimidade para tal.

Franciscato (2005) fala do modo como o jornalismo interage com a sociedade; diz que o jornalismo está em um ambiente de atuação que tem limites e relações de poder interno e externo, como "princípios da instituição, regras, metas, conflitos, pressões, imposições e disputas" (FRANCISCATO, 2005, p.167). O autor ainda aponta que essa interação abrange bem mais que o campo jornalístico, já que o jornalismo está vinculado a "processos sociais amplos e históricos", interagindo com a transmissão e construção da cultura, relações econômicas, políticas e tecnológicas. Para ele, o jornalismo é fonte de informação de uso público que circula pela sociedade (FRANSICATO, 2005, p. 167).

Ainda de acordo com Franciscato (2005), o produto jornalístico se define a partir do que deve ser analisado para a construção do fato. Para ele, é um recorte de observação, descrição e interpretação do jornalista e das fontes.

A efemeridade do conteúdo jornalístico (seu vínculo ao tempo presente em movimento e o risco iminente de desatualizações) leva o profissional a adotar um método de trabalho baseado em técnicas simplificadas para coleta de informações e construção de relatos, se comparando ao rigor científico (FRANCISCATO, 2005, p.168).

Ao fim de seu pensamento, o autor afirma que o jornalismo é um diálogo entre agentes de comunicação e seu receptor (FRANCISCATO, 2005, p. 169). O diálogo, para

ele, não envolve apenas fala, mas sim troca de expectativas, intenções e influências entre o jornalismo e o leitor, e vice-versa.

3.5 A interatividade utilizada na *web*

A interatividade, no campo do jornalismo na *web*, encontra-se a melhor definição em Tanjev Schultz (2006), ao ver na internet um imenso potencial em criar oportunidades de interação com o jornalismo tradicional. O autor define a ação como um símbolo de resposta na comunicação interpessoal e social. Schultz (2006) intitula interatividade na *web* como sendo uma característica de resposta, ou seja, de possibilidade de *feedback*⁷ na interação entre emissor e receptor.

Aqui, a interatividade pode ser entendida como um elemento formal de conversas (não mediadas ou mediadas). Embora seja muitas vezes percebida como uma característica do diálogo, a interatividade é limitada nem a duas pessoas, nem à comunicação cara a cara. Pode ser visto como uma variável de capacidade de resposta na comunicação interpessoal e social. (SCHULTZ, 2006. p.6)

Para Schultz (2006, p.6), o jornalismo somente será interativo se adotar uma verdadeira inserção do leitor no seu processo de comunicação interna e externa.

Com o surgimento do webjornalismo⁸, a interatividade se torna mais ativa. Os e-mails, chats, fóruns e comentários são os recursos primordiais que, conseqüentemente, tornam-se os mais utilizados no ciberespaço⁹, possibilitando que a interatividade ocorra.

As características, propriedades e potencialidades da internet tornam a interatividade com o leitor o elemento fundamental para o jornalismo, “se pode dizer, mesmo, que a interatividade é como o oxigênio que enriquece o jornalismo produzido na internet”, pelos cibermeios¹⁰ (MARTINS, 2014, p.1).

Para Ferrari (2010), os *sites* jornalísticos não necessariamente aderiram a mídia virtual de seus meios mais tradicionais, como os jornais, revistas, programas de TV e

⁷ Palavra em inglês que se refere ao termo de “receber uma resposta sobre algo”. É a informação que o emissor obtém da reação do receptor à sua mensagem, e que serve para avaliar os resultados da transmissão.

⁸ Também chamado de jornalismo online, ciberjornalismo, jornalismo electrónico ou jornalismo digital

⁹ É o espaço existente no mundo de comunicação em que não é necessária a presença física do homem para constituir a comunicação como fonte de relacionamento.

¹⁰ O cibermeio é aquele que está embasado em banco de dados, é dinâmico, possui modelo próprio, busca consolidar sua própria narrativa no ciberespaço, utiliza os recursos disponíveis de uma maneira que não seria possível se esse conteúdo estivesse veiculado em um jornal tradicional.

rádio, e sim, muitos deles passaram a viabilizar os conteúdos de seus segmentos na Internet.

Pollyana Ferrari (2010) explica a interatividade após o invento da internet de duas maneiras:

[...] as experiências interativas são divididas entre triviais e não-triviais. Na trivial, o receptor opta por caminhos contidos na obra/site, em um universo limitado de variáveis pré-definidas pelo autor/jornalista/designer. Já na não-trivial, o receptor pode acrescentar informações à base já disponível. O sistema é aberto e a obra - ou o site - está em constante transformação. (FERRARRI, 2010, p.100).

A autora ainda argumenta que se podem classificar os *sites* de jornalismo *online* como seus recursos, sendo, na maior parte, interativos e triviais, assim como a navegação por *hiperlinks*, enquetes, testes, especiais de multimídia com composição por áudio, vídeo, galeria de fotos, e outros conteúdos. Mas que há os não-triviais, como os *chats* (sala de bate-papo), que os *sites* usam para que o usuário/internauta interaja com especialistas e convidados famosos.

Para Pollyana Ferrari (2010), a palavra “interatividade” se tornou ainda mais forte após o advento da internet e teve uma melhor função no ciberespaço, uma vez que proporcionou um dinamismo entre o internauta/usuário e os *sites* provedores de informações.

A interatividade no jornalismo *online* se desenvolve de modo acelerado. Assim, as páginas de jornalismo online agora partem para novas ferramentas que tornam os internautas mais participativos (TRINIDADE e DE SOUSA, 2012, p.07). Um bom exemplo são as redes sociais, que já foram tratadas neste trabalho, que com muita facilidade se vinculam aos *sites* jornalísticos da *web*, pois o seu acesso possibilita ao usuário se tornar mais participante, postando, compartilhando e respondendo as notícias relacionadas aquele perfil *online*.

As redes sociais se tornam colaboradoras do ciberjornalismo, fazendo com que as matérias e notícias de última hora possam ser postadas juntamente com o *link* da empresa, para passar informação aos seus leitores. O compartilhamento da notícia ocorre mediante o interesse dos internautas em deixar outros usuários informados.

Nessa mesma linha, Canavilhas (2001) explica que no webjornalismo a relação pode ser imediata, porque a própria natureza do meio permite que o webleitor interaja de imediato:

[...] a notícia deve funcionar apenas como o tiro de partida para a discussão com leitores. Para além da introdução de diferentes pontos de vista enriquecer a notícia, um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas, o que é apreciado pelos leitores. (CANAVILHAS, 2001, p.3).

No jornalismo impresso, antes do advento da internet, a interatividade era feita por meio da “Carta Leitor”, que possibilitava o consumidor do jornal enviar sua crítica, opinião, correção, etc. Com o advento da internet, a Carta do Leitor se tornou um recurso quase nulo dentro das redações. A seção de Comentários nas páginas dos perfis de jornais são, hoje, um fato consumado e imperativo para a difusão da notícia e a medição da qualidade da informação jornalística. Isto porque, no caso da internet, é por meio desse espaço que o cibermeio pode aferir a qualidade de sua apuração, do rigor e da qualidade da informação.

Há inúmeros perfis de leitores de jornal hoje em dia. Desde aqueles que usam as redes sociais, como Twitter – objeto de estudo desta monografia – para “responder” ao jornal, até mesmo aqueles que ainda utilizam a carta manuscrita e postada em alguma agência dos Correios. De uma forma ou de outra, os jornais precisam se reinventar, e abrir espaço para interatividade se tornou algo crucial nessa inovação.

É necessário publicar os comentários do leitor para assim propagar que este ou aquele jornal tem credibilidade, tem receptividade para as críticas e para os elogios e que estes sejam de conhecimento público.

O espaço da Carta do Leitor ou dos Comentários do Leitor é condição de sobrevivência de um jornal (MARTINS, 2014, p.3). Afinal, o leitor precisa confiar no seu jornal, precisa ter garantias de credibilidade. E assim é possível ter um processo de produção jornalística transparente entre emissor e receptor.

O jornal *O Estado de S. Paulo*, abordado neste trabalho, tem hoje em dia, dentro de seu portal, o “Espaço Leitor do Estadão” reservado para a publicação de e-mails enviados com críticas, elogios e etc, ao veículo. E mesmo com a maneira *online*, *O Estado de S. Paulo* conta com a “Carta Leitor do Estadão”, que é a opção de envio por correio dessa crítica ou elogio, que são digitalizadas e publicadas em opinião.estadão.com.br na parte do “Fórum dos Leitores”.

4. ANALISE DE DADOS

De acordo com o que foi exposto até aqui, este capítulo trará o foco da pesquisa, que consiste na análise dos dados apresentados como objetos do estudo: a interatividade usada pela conta oficial do Twitter do jornal *O Estado de S. Paulo* durante a copa do mundo de 2014 que ocorreu no Brasil.

4.1 A história do jornal *O Estado de S. Paulo*

O jornal *O Estado de S. Paulo*, segundo Capelato e Prado (1980) foi fundado em 4 de janeiro de 1875, com o nome de *A Província de São Paulo*. Somente em janeiro de 1890, após o estabelecimento de uma nova nomenclatura para as unidades da federação pela República, receberia sua atual designação (PONTES, 2015).

Para José Pontes (2015),

A importância da fundação de "A Província" deve-se ao fato de ser o primeiro grande jornal engajado no ideário republicano e abolicionista, para combater a monarquia e a escravidão, por meio dos textos contundentes de Francisco Rangel Pestana e Américo de Campos, seus primeiros redatores (PONTES, 2015, p.1).

De acordo com Pontes (2015), foi em 1885 que Júlio de Mesquita ingressa no jornal, com ideias republicanas e abolicionistas (PONTES, 2015, p.1) e com isso, em 1891, assume a direção política do jornal. Com a morte de Júlio de Mesquita, em 1937, assume o comando do periódico, Júlio de Mesquita Filho e continua a política implementada pelo pai (PONTES, 2015, p.1).

Antes da morte de Júlio de Mesquita, o jornal se afiliou ao Partido Democrático (PD), em 1930, apoiando a candidatura de Getúlio Vargas, que foi derrotado, mas assumiu o poder com a Revolução de 1930. Com o Estado Novo, o jornal *O Estado de S. Paulo* faz oposição ao regime e é invadido pelo Departamento de Ordem Política e Social (DOPS). Novamente, o jornal é fechado e confiscado pela ditadura, passando a ser administrado pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Em 1945, o jornal volta aos legítimos donos por decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) (CAPELATO; PRADO, 1980, p. 21).

No dia 13 de dezembro de 1968 "O Estadão" é impedido de circular por ordem da ditadura militar (PONTES, 2015):

O editorial "Instituições em frangalhos" escrito por Júlio de Mesquita Filho é o motivo da arbitrariedade. A partir de então começa a censura dentro da redação dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*. Júlio de Mesquita Filho vem a falecer no dia 12 de julho e Francisco Mesquita em 8 de novembro. Apesar das dificuldades enfrentadas com a ditadura militar, o Grupo Estado continua se diversificando: no dia 4 de janeiro de 1970 nasce a "Agência Estado". Em 1972 o "Estúdio Eldorado" inicia suas atividades (PONTES, 2015, p.2).

Foi no dia 3 de setembro de 1974, em Copenhague, que o jornalista Júlio de Mesquita Neto recebe em nome do jornal *O Estado de S. Paulo* o prêmio Pena de Ouro da Liberdade outorgado pela Federação Internacional de Editores de Jornais.

Dentre os jornais brasileiros, *O Estado de S. Paulo* foi o que não se deixou autocensurar. Em 1986, Augusto Nunes assume a direção da redação e empreende uma série de reformas. Com a morte de Júlio de Mesquita Neto, em 1996, o jornal passa a ser dirigido por Ruy Mesquita. Por conta disso *O Estado de S. Paulo* começou a acompanhar atentamente a política brasileira.

Capelato e Prado (1980) retratam em seus estudos que o jornal no debate político exerceu um papel atuante.

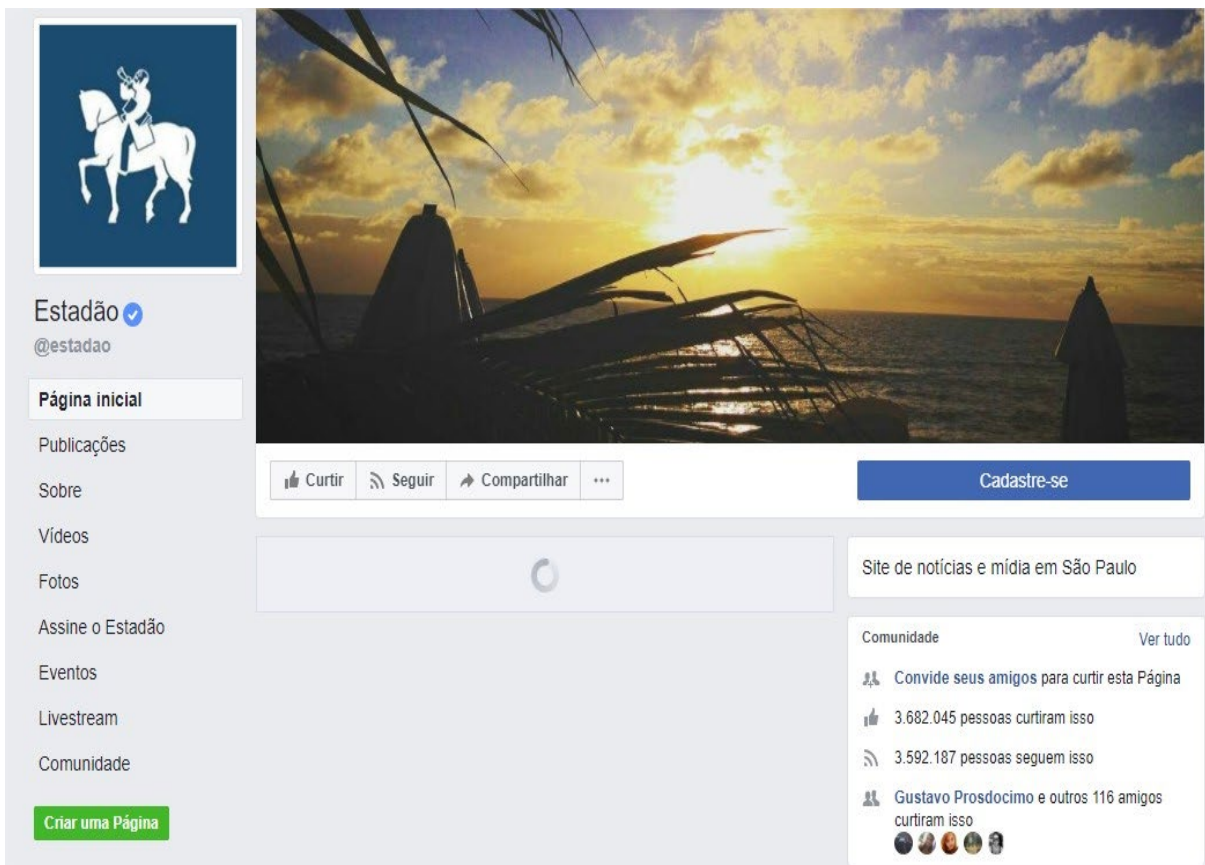
(...) A atuação política do jornal se orientava por um projeto idealizado para o Brasil e para São Paulo, cujas bases se prendiam ao corpo de ideias que compõem a 26ª doutrina liberal e à experiência prática de outros países. (CAPELATO; PRADO, 1980, p 23).

De acordo com as jornalistas, no ano 1975, no dia 4 de janeiro, o jornal *O Estado de S. Paulo* completou 100 anos de existência e comemorou apenas 95 de vida, pois ignorou os cinco anos em que foi dirigido pela ditadura de Getúlio Vargas (1940-45). Neste mesmo dia é suspensa a censura na redação do “Estadão”.

A "Agência Estado" adquiriu a Broadcast, incorporada oficialmente em 6 de janeiro de 1992. Em maio de 2000 criava-se um novo conceito de comunicação no jornal, a renovação do grupo Estado. Foi lançado o portal estadao.com.br, que reuniu todo o conteúdo produzido pelo Grupo Estado – dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*, *Agência Estado*, *Rádio Eldorado* e *Listas OESP*.

Em janeiro de 2003 o portal estadao.com.br superou a marca de um milhão de visitantes mensais, consolidando sua posição de liderança em consultas a veículos de jornalismo em tempo real no Brasil (PONTES, 2015, p.2).

Após o lançamento do portal, o jornal entrou para as redes sociais: Facebook em 2009; Instagram em 2010; e Twitter em 2008, que será feito um levantamento relevante da rede social do veículo no próximo tópico.



The image shows a screenshot of the official Facebook page for 'Estadão' (@estado). The page features a profile picture of a white silhouette of a person riding a horse on a blue background. The cover photo is a scenic view of a sunset over the ocean, with silhouettes of palm trees in the foreground. The page layout includes a left-hand navigation menu with options like 'Página inicial', 'Publicações', 'Sobre', 'Vídeos', 'Fotos', 'Assine o Estadão', 'Eventos', 'Livestream', and 'Comunidade'. A green button labeled 'Criar uma Página' is at the bottom of this menu. The main content area shows a 'Curtir' button, a 'Seguir' button, and a 'Compartilhar' button. A blue button labeled 'Cadastre-se' is positioned to the right. Below the main content area, there is a section titled 'Site de notícias e mídia em São Paulo' and a 'Comunidade' section with the following statistics: 'Convide seus amigos para curtir esta Página', '3.682.045 pessoas curtiram isso', and '3.592.187 pessoas seguem isso'. A small section at the bottom of the community area mentions 'Gustavo Prosdócimo e outros 116 amigos curtiram isso'.

Ilustração 3 - Print da conta oficial no Facebook do Jornal *O Estado de S. Paulo*

Fonte: www.facebook.com.br/estado

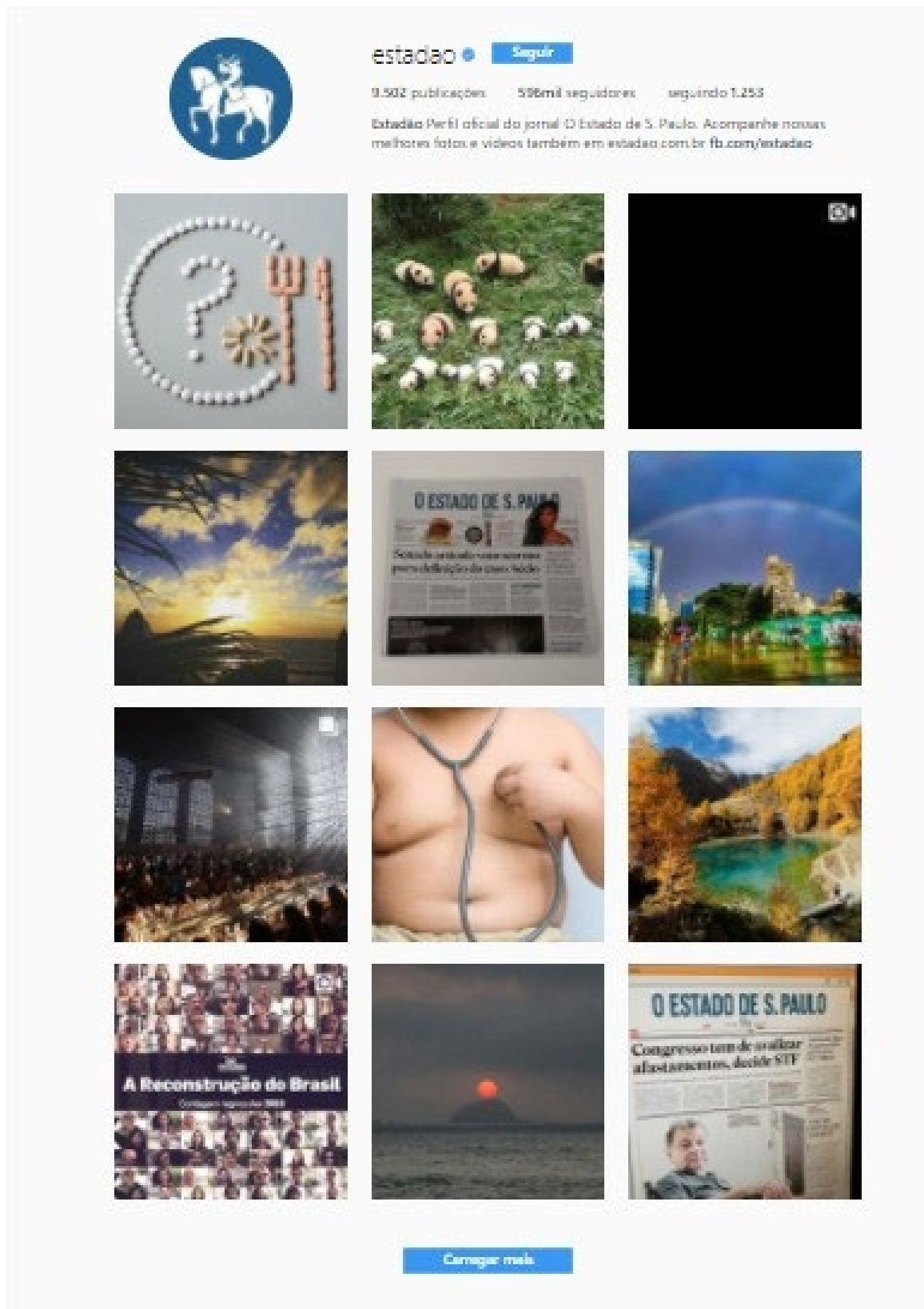


Ilustração 4 - Print da conta oficial no Instagram do Jornal *O Estado de S. Paulo*

Fonte: www.instagram.com.br/estadao

4.2 O Twitter do jornal *O Estado de S. Paulo*

A conta oficial do jornal *O Estado de S. Paulo* no Twitter foi criada no ano de 2008. De acordo com o Editor das Redes Sociais do Estadao.com.br, Gabriel Pinheiro¹¹, a criação do perfil do veículo nas Redes Sociais – Twitter, Facebook e Instagram– veio da necessidade da interação com o leitor e da agilidade na hora de postar o factual (PINHEIRO, 2017).



Ilustração 5 – Print da conta oficial no Twitter do Jornal *O Estado de S. Paulo*

Fonte: www.twitter.com/estadao

Gabriel Pinheiro (2017) ainda comenta que o leitor é colaborador direto do jornal

Hoje trabalhamos com três ações colaborativas, que contam com interação diária dos nossos seguidores - #AmanhecerEstadao, #EntardecerEstadao

¹¹ Gabriel Pinheiro é o Editor de Redes Social do grupo do *O Estado de S. Paulo*. A conversa com o editor foi por e-mail em abril de 2017.

e #MeuCliqueEstadao. Os três projetos pedem a publicação dos leitores. Nós as criamos para formar uma grande comunidade, que se baseia na interação (PINHEIRO, 2017).

Hoje em dia, a conta oficial do jornal tem mais de 5.830M (milhões) seguidores e mais de 258K (mil) de tweets.

4.2.1 A construção da interatividade do jornal *O Estado de S. Paulo*, pelo Twitter, durante a copa de 2014.

De acordo com o Editor de Redes Sociais do *O Estado de S. Paulo*, Gabriel Pinheiro (2017), a interação com o leitor é importante em todos os momentos e todos os dias, no entanto, se torna mais instantâneo e dinâmico durante eventos grandiosos, como a Copa do Mundo, abordado no presente trabalho.

Entendemos rede social como conversa. Desta forma, vemos a interação como parte essencial do nosso trabalho em redes sociais. É preciso ouvir sua audiência, interagir. Não estamos lá apenas para despejar nosso conteúdo. É um canal de duas mãos: publicamos nossas notícias e ouvimos nossos seguidores. Sempre que possível, respondemos críticas, elogios e sugestões (PINHEIRO, 2017).

Para Pinheiro (2017), a alimentação com notícias, no Twitter, tem que ocorrer 24h, assim como no *site*. Durante a Copa do Mundo o Editor conta que *twittaram*¹² notícias, fotos e *posts* dos blogueiros, que trabalham com eles na redação, que estavam nas ruas acompanhando toda movimentação do Mundial mais de perto, e que as informações mais urgentes “nós *twittavamos*” no instante seguinte a apuração” (PINHEIRO, 2017).

Durante o evento, o jornal criou duas *hashtags*¹³ que faziam as pessoas ter uma interação ainda maior e melhor com o veículo, podendo interagir e opinar diretamente.

O Estado de S. Paulo emplacou as *hashtags*: #Chargedojogo, que durante cada jogo da seleção era feito uma enquete para ver qual seria o tema da charge que explicaria o jogo; e #EstadaoNaCopa que era utilizada ao final de um *tweet* que falava sobre o evento.

¹² Twittar (twittaram) é quando alguém escreve um “Tweet” em seu perfil.

¹³ Hashtag é o nome dado ao símbolo “#”. Tags significa etiquetas e se refere a palavras relevantes, que associadas ao símbolo se tornam hashtags. Nas redes sociais, a “#” serve para associar uma informação a um tópico ou discussão.

O primeiro contato interativo ocorreu por meio dos RT's e dos “curtir” (favoritos/FAV) - que são alternativas que o usuário tem de dizer que se identificou com o que foi escrito, sem precisar escrever no seu Twitter também - no momento em que o jornal pedia a opinião do leitor sobre qual deveria ser a escolha da #ChargeDoJogo e os internautas respondiam por meio dos botões de “RT” e “FAV”.

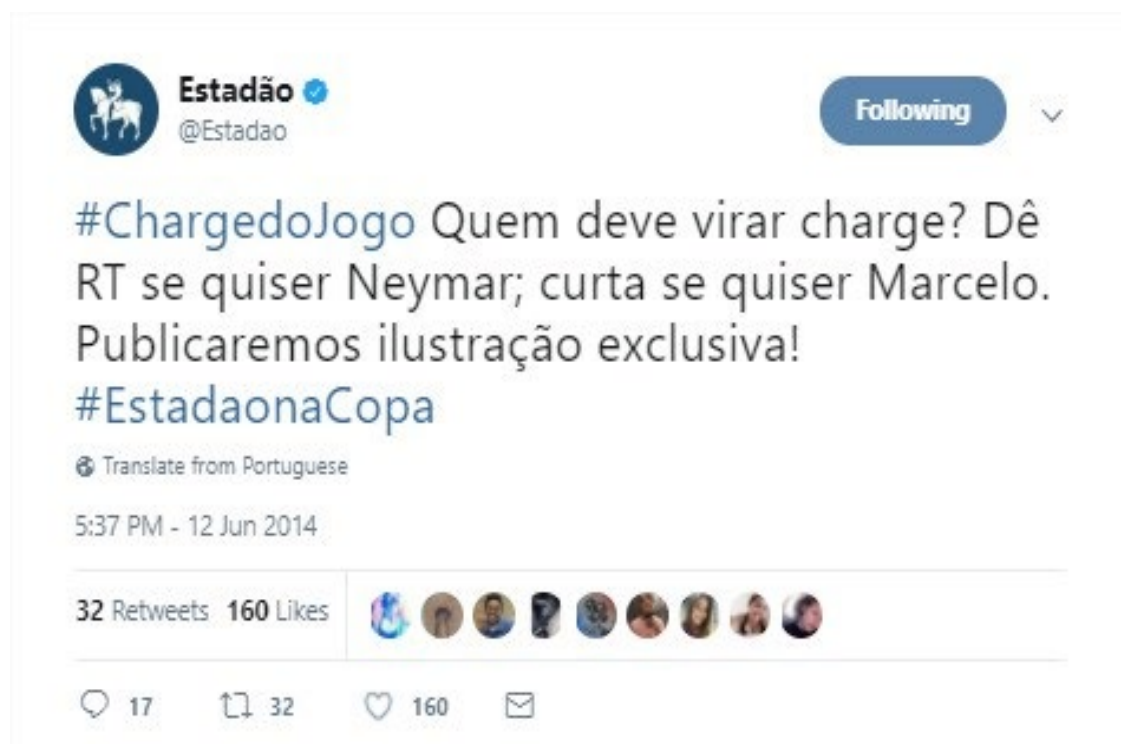


Ilustração 6 – Print dos Retweets e Favoritos da #ChargeDoJogo BrasilXCroácia

Durante a estreia da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2014, veio a primeira #ChargeDoJogo, com a questão de quem merecia ser a charge do jogo Brasil contra Croácia: Neymar, o camisa 10, por conta dos dois gols que fez na partida; ou Marcelo, camisa 6, que teve a infelicidade de estreiar fazendo um gol contra.

O jornal então pediu para que os leitores dessem RT para quem quisesse que o Neymar ganhasse, e que curtisse quem gostaria de que o Marcelo fosse a charge. A “Votação” ocorreu durante o jogo, pois ao final da partida sairia o resultado.

Após 160 curtidas contra 32 Retweets, a Charge feita foi sobre Marcelo, e seu gol contra.



Ilustração 7 – Print #ChargedoSJogo BrasilXCroácia

A “hashtag” #ChargedoSJogo chegou, em alguns momentos, aos Trending Topics Brasil, que são as “#” mais comentadas no momento dentro do país. Uma dessas situações foi durante as quartas de final, que de acordo com o *site* O Globo.com¹⁴, o Brasil um show de humildade após ganhar da Colômbia, tentando amenizar a dor dos adversários e os parabenizando pelo jogo.

¹⁴ O site O Globo.com é um portal de informações, podendo ser políticas, musicas, de entretenimento e afins

A seleção brasileira teve sua vitória com dois gols de Zagueiros, David Luiz e Thiago Silva, algo pouco visto, não só nas copas do mundo, como em jogos de futebol (OGLOBO.COM, 2014)

O fato pouco ocorrido dos zagueiros goleando, foi motivo para a #chargedojogo desse dia.



Ilustração 8 – Print dos Retweets e Favoritos da #ChargedoSJogo BrasilXColumbia

O jogo também foi marcado pela lesão que deixou o camisa 10, Neymar, fora do resto da Copa do Mundo, no entanto, o jornal não repercutiu nada a respeito, pois tanto o que havia ocorrido com o craque, como o que seria do jogador futuramente eram apenas especulações, até aquele momento.



Ilustração 9 – Print da #ChargedoSJogo BrasilXColombia

O jornal havia pedido aos leitores que dessem RT para que a charge fosse sobre David Luiz e Curtir para que fosse do Thiago Silva. No entanto, por conta das publicações feitas sobre a cantora Shakira¹⁵, que estava confiante que seu time ganharia, a charge foi uma sátira com a colombiana. A #chargedoSJogo então teve David Luiz, Thiago Silva, os autores do gol, e um dos maiores nomes colombianos atuais, Shakira.

¹⁵ Shakira, é uma cantora, compositora, dançarina e instrumentista colombiana

De acordo com a psicanalista Elizandra Souza (2009), em seu livro *Aproximando-se da Psicanálise num jogo de perguntas e respostas*, para os brasileiros, o futebol é como “parte da sua família”, é um fanatismo gritante de uma vida inteira cercada por ele.

Para Elizandra (2009), por conta do fanatismo e da possessividade que muitos torcedores têm com o esporte, é difícil demais ver o time favorito perder. E quando se trata da seleção brasileira, o lado mais selvagem do “amante do futebol” vem à tona. E perder um jogo decisivo, muitas vezes entristece o fanático.

A tristeza de perder um jogo importante veio com a seleção brasileira no dia 8 de julho de 2014, quando enfrentou a seleção da Alemanha. A vitória do jogo garantia vaga na final do mundial.

No entanto, durante a semifinal, a derrota veio junto a 7 gols sofridos pela seleção do Brasil, o que desencadeou uma tristeza em milhões de brasileiros e principalmente em jogadores.

Durante o jogo e sem muita reação, *O Estado de S. Paulo* não deixou de lado a #ChargeDoJogo e foi ao Twitter perguntar aos leitores, quem “merecia” ser o tema da charge do dia. O jornal abordou então duas questões para a charge: a boa atuação da seleção alemã; e a tristeza dos torcedores brasileiros.

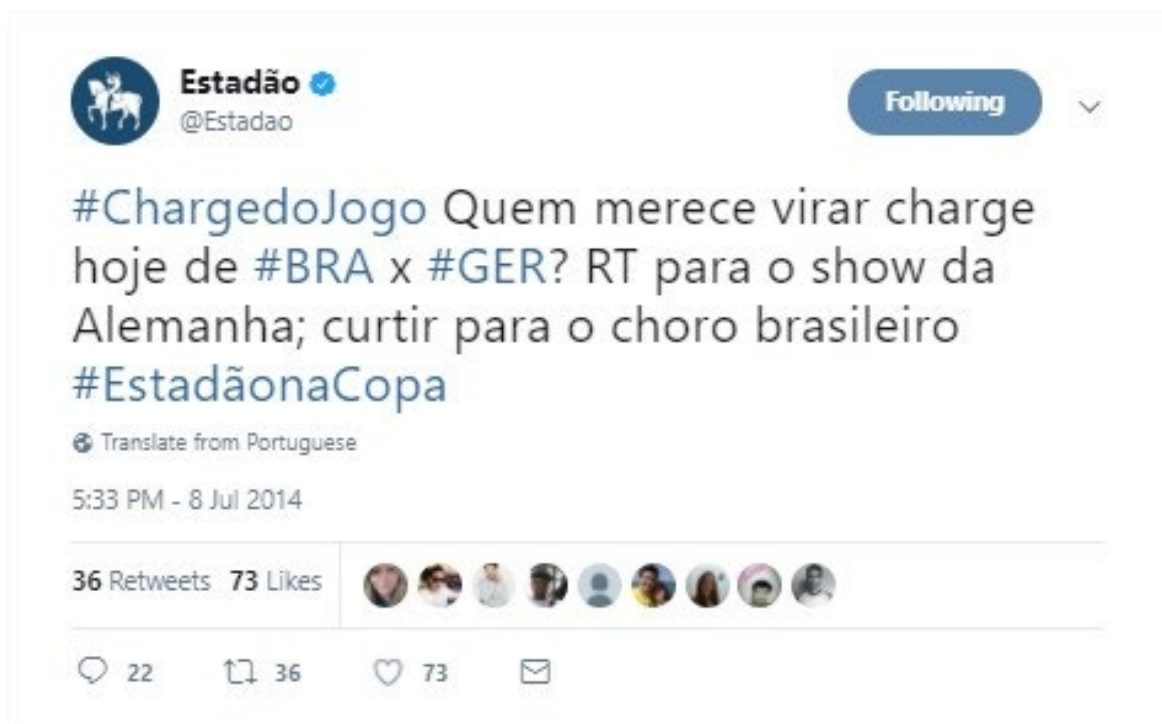


Ilustração 10 – Print dos Retweets e Favoritos da #ChargeDoJogo BrasilXAlemanha

A questão que assombrou aquele momento foi “de quem foi a culpa” para o que havia acontecido. Muitas pessoas, inclusive jogadores e críticos futebolísticos, tentaram achar um “culpado”, mas não foi possível apontar ninguém. Nessa questão, o técnico da seleção, na época, Luiz Felipe Scolari, mais conhecido como Felipão, em entrevista coletiva assumiu toda a culpa da derrota (XEXÉO, 2014)

De acordo com o GloboEsporte.com¹⁶ Felipão afirmou também que é o culpado pelo desempenho da equipe na Copa do Mundo. Foram três vitórias, dois empates e uma derrota.

Por conta do desempenho do time na semifinal, e da escolha do internauta, com 36 RT's para charge da Alemanha e 73 curtidas para o “choro brasileiro”, o “choro” de Felipão acabou sendo a #ChargeDoJogo do fatídico 7x1 que assombra até hoje, 2017, a seleção brasileira (GLOBOESPORTE.COM, 2014)

¹⁶ GloboEsporte.com é um site do grupo Globo que foca no esporte.



Ilustração 11 – Print da #ChargedoSJogo BrasilXAlemanha

4.3 A Copa do Mundo de 2014 pelo Twitter do jornal *O Estado de S. Paulo*

Durante a Copa do Mundo no Brasil, em 2014, o veículo estudado nesta monografia – pelo Twitter - foi um dos mais presentes na hora de noticiar os fatos dos jogos e tudo que envolvia a copa do mundo e o Brasil naquele momento. Nesse tópico, analisaremos um pouco mais do que foi a relação emissor e receptor do jornal *O Estado de S. Paulo* nos três momentos escolhidos para trabalhar.

4.3.1 O jogo de abertura: Brasil contra Croácia

O primeiro jogo da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2014 teve diversos pontos a serem questionados. Não abordado na monografia, mas necessário dizer, foi o primeiro jogo, com a camisa da seleção, da maioria dos jogadores

Um dado que chegou a preocupar muitos após a convocação de Luiz Felipe Scolari para a Copa do Mundo de 2014 foi o grande número de jogadores que nunca disputaram o Mundial sendo chamados para buscar o hexacampeonato (GOAL.COM, 2014)

De acordo com o Goal.com¹⁷, de 23 jogadores escalados por Felipão, apenas 6 já haviam estado em outras copas (Júlio César, Thiago Silva, Daniel Alves, Maicon, Ramires e Fred) os outros 17, estavam na sua primeira experiência.

No entanto, o que ficou mais marcado desse dia, foi a falha cometida pelo lateral esquerda Marcelo, que fez um gol contra e abriu o placar do jogo com um ponto para a Croácia (ESPORTE.ESTADAO, 2014). Em entrevista coletiva, Marcelo revelou que não se abateu na hora do gol contra e que obviamente preferiu se manter tranquilo para assim continuar o jogo, já que o erro foi cometido nos primeiros 20 minutos do primeiro tempo.



Ilustração 12 – Print da frase de Marcelo a respeito do gol contra em coletiva de Imprensa.

¹⁷ Goal.com é um site que fala apenas de futebol, enfatizando o futebol brasileiro, mas comentando, também, o futebol mundial.

O que acabou acontecendo foi que os internautas não aceitaram bem a fala de Marcelo, e então começaram a brincar com a situação como “ficou tranquilo, só estava ensaiando”.

Os leitores, acabavam por concordar e discordar do que estavam lendo sobre Marcelo e seu discurso. Muitos compartilhavam o Tweet do *O Estado de S. Paulo* com a intenção de debater com outras pessoas, não apenas com o jornal. Foram 13 RT's e 19 LIKES que fizeram com que os leitores dessem continuidade ao debate iniciado pelo jornal.

Paullo Vittor @paulitor_ · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao 'fiquei tranquilo ja tava ensaiado'
 Translate from Portuguese

André Barros @AndreBarros_ · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao mentirooooooosol!

Paulo Roberto @saturno_95 · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao
 Parece q tava bobaiado, olhando pra vários lado
 Translate from Portuguese

Ajuricaba @Ajuricaba_AM · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao Nós é que não ficamos tranquilos vendo ele jogar daquele jeito...
 Translate from Portuguese

André @declaudino · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao ta de boa pq o Brasil ganhou se tivesse perdido ai sim ele teria problemas
 Translate from Portuguese

facção carinhosa @rightgirrl · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao quase chorou

Ilustração 13 – Print dos comentários dos internautas sobre a frase de Marcelo

No entanto, da mesma maneira em que as coisas são levadas na brincadeira, outras acabam saindo do controle. Por conta da gafe cometida pelo lateral esquerdo, muitas

peças de má fé, começaram a ofender Marcelo, principalmente com xingamentos raciais.





Ilustração 14 – Print das ofensas raciais ditas ao Marcelo após gol contra


Após a publicação do post comentando sobre os xingamentos à Marcelo, os leitores do jornal se indignaram e começaram a comentar a respeito de que “existe, sim, racismo no Brasil”, que o povo “é nojento e não sabem que erros acontecem”, “que o brasileiro precisa aprender muito ainda”, entre outros comentários que mostraram desaprovação diante do ato cometido por alguns torcedores (ESPORTE.ESTADAO,2014).


Não contente com o ato de racismo cometido com o lateral, mais de 160 usuários deram RT no tweet do jornal, para continuar falando e se posicionando a respeito do ocorrido. O tweet e a situação foram usados pelos leitores para voltar a falar e tratar do racismo que ocorre dentro do Brasil.

O *post* rendeu mais de 70 pessoas comentando e interagindo com o perfil do jornal, como:

 **tvzln** @manupguimaraes · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 “@Estadao: RACISMO: ‘Tinha que ser preto’, dizem torcedores após gol contra de Marcelo oesta.do/1isa4sF” coisa mais baixo nivel q ja li
 Translate from Portuguese
 6 likes

 **Gorila** @Gorillini · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 Pode isso @MussumAlive? RT @Estadao RACISMO: ‘Tinha que ser preto’, dizem torcedores após gol contra de Marcelo oesta.do/1isa4sF
 Translate from Portuguese
 1 reply, 4 retweets, 1 like

 **Heyder Mustafá** @heidermustafa · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 Nojo e pena desse povo! 😞 RT @Estadao: RACISMO: ‘Tinha que ser preto’, dizem torcedores após gol contra de Marcelo. oesta.do/1isa4sF
 Translate from Portuguese
 1 reply, 2 retweets

 **Freud™ Irônico** @freud_ironico · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 Racismo existe no Brasil? RT @Estadao: RACISMO: ‘Tinha que ser preto’, dizem torcedores após gol contra de Marcelo oesta.do/1isa4sF
 Translate from Portuguese
 1 retweet


 **Cido** @cidojcs · 12 Jun 2014
 Replying to @Estadao
 Brasileiro? Racista? SIM! “@Estadao: RACISMO: ‘Tinha que ser preto’, dizem torcedores após gol contra de Marcelo oesta.do/1isa4sF”
 Translate from Portuguese
 1 like

Ilustração 15 – Print dos comentários sobre o racismo cometido com Marcelo

A questão é que, durante o primeiro jogo, muito foi debatido e questionado junto ao jornal, por meio do Twitter. Esses dois casos foram pegos apenas para mostrar tamanha credibilidade na fala do *O Estado de S. Paulo* assim como a interação que o leitor teve, durante o jogo.

4.3.2 Quartas de final: Brasil contra Colômbia

Como já falado antes, nesta monografia, o jogo das quartas de final da Copa do Mundo de 2014 teve um fator novo para a seleção da época: os dois gols marcados foram feitos por zagueiros.

Mas mesmo com muitas questões, o que no fim acabou sendo levado em consideração, foi a vaga na semifinal do mundo.

Após a vitória brasileira o GloboEsporte.com fez uma crônica onde compara o grito e apoio do torcedor com o acalento de um bebe

Quando uma criança chora, às vezes nem se sabe o motivo. Pode ser sono, fome, dor, mas logo vem o acalento. É irresistível ninar um chorão. Que privilegiados esses jogadores. Foram ninados por mais de 60 mil pessoas na vitória por 2 a 1 sobre a Colômbia (GLOBOESPORTE.COM, 2014)

As quartas de final deu destaque a torcida brasileira e todo seu amor, aos zagueiros da seleção, a infelicidade ocorrida com Neymar e principalmente, com a ida pra semifinal.

Com um imenso "abraço" do torcedores dentro da Arena Castelão, a Seleção deixou a tensão para trás e vibrou no tom dos zagueiros Thiago Silva e David Luiz, autores dos gols brasileiros. Só restaram lágrimas para Neymar. Por causa de uma joelhada nas costas de Zúñiga, aos 41 minutos do segundo tempo, que o deixou fora do restante da copa (GLOBOESPORTE.COM, 2014)



Ilustração 16 – Print da comemoração do ganho das quartas de finais

A ida para a semifinal deixou o hexa mais perto, o torcedor podia sentir isso, e vibrava junto com os jogadores, com as conquistas e os traumas.

Foram mais de 280 brasileiros e seguidores do *O Estado de S. Paulo* que ficaram eufóricos com a notícia da ida da seleção brasileira para a semifinal. Mais de 280 RT's e mais de 210 LIKES na notícia que enfatizava a boa atuação dos brasileiros em campo.

Os leitores ainda debatiam sobre o que ocorreu no jogo e interagiam entre si sobre lances, agindo como se fosse os próprios juízes da partida.

brunocruz @brunocruz · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao Galvão, é você?

Mariani @MariFigueiredo · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 "@Estadao: E que vonha Alemanha, meus amigos! #BRA 2 x 1 #COL
 oesta.do/TUkNG4 #EstadSonaCopa"
 Translate from Portuguese



Ana cristina @anacristinadavi · 5 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao sou muito fã desse lindo...
 Translate from Portuguese

Lidia #TimBeta @lidiovet · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao Brasil está preparado para encarar a Alemanha?
 Translate from Portuguese

luser @neglignt · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao joga demais esse menino david
 Translate from Portuguese

vladimir dorneles @vladimirdome11 · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao ja sabeque vai ganhar e se nao fosse comprado
 Translate from Portuguese

Ilustração 17 – Print dos comentários sobre a ida da seleção para a semifinal

O apoio dos torcedores pelas redes sociais foi de grande expressão em todos os momentos do campeonato (ESTADAO.COM.BR, 2014). Os brasileiros fizeram a copa nas Redes Sociais, souberam vibrar, animar tanto quanto se estivessem no estádio, xingar, se emocionar e, infelizmente, lamentar pela saída do camisa 10.

Foi durante o jogo contra a Colômbia, que o atacante Neymar foi atingido pelo lateral colombiano Zuñiga e veio a fraturar a vértebra e teve sua história na copa de 2014 encerrada naquele momento (GLOBOESPORTE.COM, 2014)



Ilustração 18 - Print da notícia de que Neymar fratura a vértebra e ficará ausente do restante da copa

A situação gerou desconforto em muitos brasileiros, além de comentários, discussões e repercussão mundial do fato.

Foi mais de 190 RT's e mais de 500 interações com o jornal sobre o fato ocorrido, sobre qual seria o “destino” do colombiano e o que iria acontecer com o Neymar. O assunto se tornou viral nas Redes Sociais, no dia e até o fim da Copa do Mundo de 2014.

Tim Beta @Vaan_sacavem · 5 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao ele não sofreu lesão, ele foi agredido covardemente, vcs parem de Amenizar a porra toda
 Translate from Portuguese

Luiz Antonio Amaro @Luizbrigu · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao concordo. Felipão não sabe nada. Quero saber como o Neymar. vai mostrar a cuequinha
 Translate from Portuguese

Jackson Baduy @jacksonbaduy · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao avisa Shakira q está orgulhosa desse timinho da Colômbia q embarque hj e leve o bandido Zuniga. Que vergonha é homicídio. Chega!
 Translate from Portuguese

Nara Castillo @nageciauskas · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 Nem cartão esse colombiano FDP levou " @Estadao: Neymar sofre lesão na vértebra e está fora da Copa: oesta.do/TUGeqz #EstadãonaCopa"
 Translate from Portuguese

Keka Zappa @KekaZappa · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao Cadê a FIFA?

wellington fonseca @wellingtonlf · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao Lamentável.

Fernando Guedes @nandoguedes · 4 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao Alguém tem que processar aquele jogador da Colombia. A fifa tem a obrigação de puni-lo! A falta foi vergonhosa!

Ilustração 19 – Print dos comentários sobre a ausencia de neymar no restante da copa

O fato foi uma repercussão tão grande pois os brasileiros pediam à Federação Internacional de Futebol (FIFA) para que se posicionasse perante ao ocorrido e não deixasse que o lateral colombiano Zuñiga saísse impune do “ato de má fé” que havia cometido.



Ilustração 20 – Print do lance que tirou Neymar da Copa de 2014

Depois do incidente, muitos jornais, inclusive o *Estado de São Paulo*, tentaram de diversas maneiras explicar o que houve no lance e como aquilo aconteceu, no entanto, para o torcedor e mais de 90 internautas que replicaram a publicação e se indignaram com a situação, não era bem o lance que importava e sim a punição que seria dado ao camisa 18 da seleção colombiana.

Entre os tweets de repúdio ao colombiano, frases como “e agora, o que a FIFA vai fazer?”, ou “queriam tanto acabar com o Ney que conseguiram” e “isso não é futebol, é

violência”, tomaram conta da hashtag #EstadaoNaCopa como forma de interagir com o jornal sobre o detalhe do lance que tirou o atacante brasileiro do jogo.

O lance detalhado no *post* teve mais de 100 respostas. As pessoas estavam indignadas e até o momento não sabiam ao certo o que pensar ou fazer. Dentre esses usuários, alguns se manifestaram de maneira mais agressiva, mas coerentes. Tais como:



Reaça Moreno @drvinagrephd · 4 Jul 2014
Replying to @Estadao
@Estadao O Neymar precisaria ter estatura de homem - Não te. Precisaria ter corpo de homem-Não tem. Porque o adversário é sempre culpado ?
Translate from Portuguese

gee45ge @gee45ge · 4 Jul 2014
Replying to @Estadao
@Estadao o juiz deu as costas para uma agressão grave, que causou fraturas no jogador neymar. ele ignorou uma atitude perigosa.
Translate from Portuguese

Hanahly Lanhstein @LhiaMyra · 4 Jul 2014
Replying to @Estadao
@Estadao foi um ato desnecessário,uma agressão,pois colocou em risco a saúde do jogador,futebol é competição não é luta.E tem q ser punido.
Translate from Portuguese

gee45ge @gee45ge · 4 Jul 2014
Replying to @Estadao
@Estadao e uma vergonha para a fifa não punir , juiz e nem o jogador que cometem esse tipo de agressão dentro do campo. e um absurdo.
Translate from Portuguese

Mônica Alencar @monicaalencar · 4 Jul 2014
Replying to @Estadao
@Estadao foi encomendado esse acidente
Translate from Portuguese

janeide costa honora @janeide_costa · 4 Jul 2014
Replying to @Estadao
@Estadao o que fará a Fifa?

Ilustração 21 – Print dos comentários sobre o lance que ausentou Neymar da copa

Um dos possíveis dias mais tristes para seleção, mas não o fim, afinal o Hexa estava mais próximo, já que mesmo com a lesão de Neymar, o time estava na semifinal contra a Alemanha (GLOBOESPORTE.COM, 2014)

4.3.3 O fatídico 7x1 da seleção alemã contra a brasileira

Em seu livro *Aproximando-se da Psicanálise num jogo de perguntas e respostas* a psicanalista Elizandra Souza (2009) trata de pontos futebolísticos como o fanatismo por meio do torcedor e as decepções dos jogadores. Para ela, perder nunca é bom, pois se você entra num jogo, você quer ganhar.

E na situação que se encontrava a seleção brasileira, a pressão era tanta que parecia impossível não sair com o título do hexacampeonato em 2014 (PEREIRA, 2014). Bom, olhe a situação, seleção brasileira na semifinal, jogando no Brasil, com bons pontos e um elenco jovem, tinha tudo para dar certo, eles só não contavam com a força que vinha a seleção alemã.

Foi no fim de tarde de terça-feira, 8 de julho de 2014, que a seleção brasileira saiu desolada depois de um, do que pode se considerar, pior jogo já atuado. A Alemanha havia goleado o Brasil com 7 gols.

De acordo com o *site* Goal.com a situação deixou uma mistura de sentimentos

O sentimento de vergonha, perplexidade, tristeza e humilhação, tomou conta de cada um que estava presente ou não no Mineirão no dia 8 de julho. A esperança que muitos depositavam na seleção durou apenas nove minutos depois que a bola começou a rolar. E a partir daí, toda a ilusão construída do 'melhor futebol do mundo' desmoronou e a maior derrota de todos os tempos ficou eternizada na memória do brasileiro (GOAL.COM, 2015)

Por conta da lesão de Neymar e da expulsão de, na época capitão, Thiago Silva, o lateral David Luiz comandava o time. Com a braçadeira de líder, o camisa 4 saiu desolado de campo e fez de suas lágrimas à dos brasileiros.



Ilustração 22 – Print da lamentação de David Luiz após a perda para Alemanha

Mas, por mais que estivessem tristes, os brasileiros deram um show de apoio aos jogadores pelas redes sociais, por meio de comentários e rede de elogios, os internautas mandavam mensagens positivas aos jogadores e principalmente a David que visivelmente saiu instabilizado de campo.

Foram quase 4 mil usuários “retweetando” as notícias e se solidarizando com a seleção naquele momento, houve mais de 50 interações com o jornal e dentro do *post*, de internauta para internauta. O que contou naquele momento não foram as críticas e sim o apoio do torcedor para com o time.

 **Vera Vaia** @veravaia2 · 8 Jul 2014
Replying to @Estadao
@Estadao David Luiz chora e desculpa, "eu só queria dar alegria mas acabei dando também muita cotovelada e vexame"
[Translate from Portuguese](#)



 **Alê** @alerodrigues247 · 8 Jul 2014
Replying to @Estadao
@Estadao nao precisa!



 **Carolina Arouca** @carolina_arouca · 8 Jul 2014
Replying to @Estadao
"@Estadao: David Luiz chora, se desculpa e diz: 'Só queria dar alegria' oesta.do/1n5f7zR #EstadãonaCopa " 
[Translate from Portuguese](#)





Ilustração 23 – Print da reação dos leitores à lamentação de David Luiz

Após o triste placar de 7x1, os brasileiros se perguntavam se tinha algum culpado para tal fato ter ocorrido. O técnico Felipão foi quem assumiu toda situação. Após a coletiva em que se culpou, *O Estado de S. Paulo* foi a Rede Social e questionou os leitores.



Ilustração 24 – Print da Enquete “de quem foi a culpa da goleada”

Mas por mais que seja Luiz Felipe Scolari, o técnico, quem tenha assumido a culpa, o resultado veio por conta do trabalho do conjunto, do time, da comissão técnica, (GLOBOESPORTE.COM, 2014) e foi exatamente isso que alguns dos leitores falaram quando jornal fez a enquete, outros, no entanto, não tiraram a culpa de Felipão.

 **José Vicente** @jvpcarneiro · 8 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao @EstadaoEsporte ELE FOI IRRESPONSÁVEL!!! CONVOCOU E ESCALOU ERRADO!!!
 Translate from Portuguese

 **Myrian Rios** @myrianrios · 8 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 Felipeão , Fred...@Estadao: ENQUETE Felipeão é o principal responsável pela goleada contra o #BRA? Responda em oesta.do/1mdK4Xp
 Translate from Portuguese

 **Marcus F.** @Marcusfer66 · 8 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao @EstadaoEsporte sim.

 **LUIS A VASCONCELOS** @LUI SAVASCONCEL2 · 8 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao @EstadaoEsporte o elenco, a comissão ultrapassada (técnica, médica) muitos fatores contribuíram para o fiasco em nossa casa!!!
 Translate from Portuguese

 **Marcia Toledo** @Marcinha_Toledo · 8 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao @EstadaoEsport

 **rafael favetti** @rtfavetti · 8 Jul 2014
 Replying to @Estadao
 @Estadao @EstadaoEsporte felipao,fred,estrutura de segurança e jumentos que diziam que copa estava comprada:tudo farinha do mesmo maradona
 Translate from Portuguese

Ilustração 25 – Print das respostas à enquete

Dentre esses momentos, o jornal *O Estado de S. Paulo*, por mais que não respondesse “um a um”, se fazia presente curtindo o que os leitores repostavam e comentavam, assim como estando sempre por dentro de tudo que acontecia e noticiando fielmente seu receptor.

A capa do jornal impresso e *online* do *O Estado de S. Paulo* do dia seguinte (9/07/2014) foi sobre a perda da seleção, basicamente o assunto do momento, o artigo explicava um pouco melhor o que ocorreu e resumia tudo, como fez *online* de maneira imediata aos fatos.

O ESTADO DE S. PAULO

FUNDADO EM 1892 JULIO MESQUITA (1862 - 1947)

Quarta-feira 9 DE JULHO DE 2014 R\$ 3,00 ANO 135 Nº 44294 EDIÇÃO DE 0H30 estado.com.br



HUMILHAÇÃO EM CASA

● Seleção perde de 7 a 1 da Alemanha, maior goleada de sua história ● Scolari assume responsabilidade e fala em 'pânico' ● Time sofre 4 gols em 6 minutos ● Vexame abre debate sobre o futuro do futebol brasileiro

2014 O Brasil sofreu ontem a maior goleada da história. Aviltória da Alemanha por 7 a 1 deixou o País perplexo e mostrou a liberação de espectadores num modo de uma seleção descontrolada emocionalmente e tomada por um apêgo logo no 1.º tempo, depois que o craque alemão Müller fez 1 a 0. Em apenas 6 minutos, a seleção sofreu mais 4 gols, deixando até então os reservas do time adversário. Após o jogo, o técnico Luiz Felipe Scolari assumiu a culpa pelo fracasso e pediu desculpas pela tragédia que lembrou o Maracanazo de 1950. "Sou o responsável", disse. "Não foi a falta de Neymar, nem falamos que o Brasil era o favorito, nem o choro dos jogadores, o lado emocional, nem o jeito de cantar o hino. Levamos um gol, o time entrou em pânico e os alemães aproveitaram." No sábado, o Brasil disputa o 3.º lugar com Argentina ou Holanda.

Derrota põe em xeque cultura do improviso

O futebol brasileiro vai precisar de choque de gestão e investimento nas categorias de base para tentar apagar o fiasco desta Copa. Menos improviso e mais formação, pedem analistas. **PÁGS. E10 e E11**



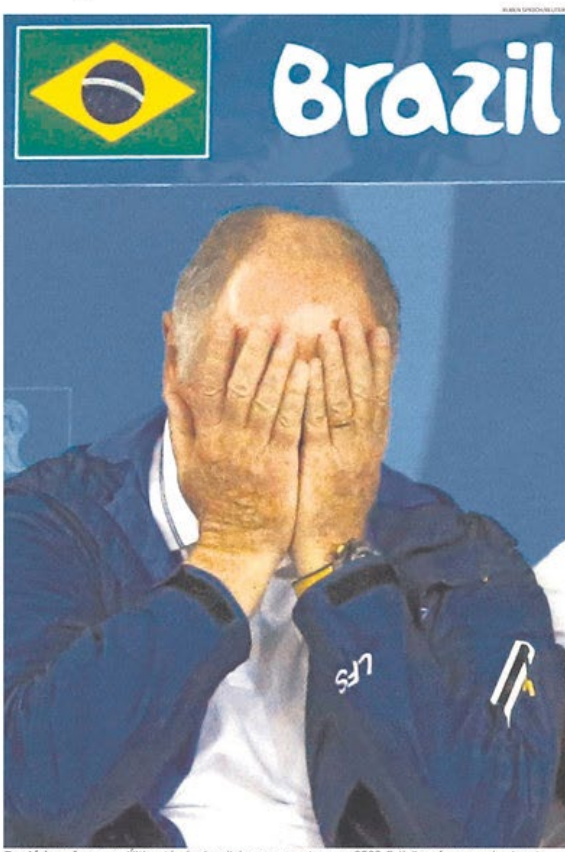
O ARILHEIRO

Klose marca 16º gol e quebra recorde de Ronaldo em Copas

Governo decide reforçar segurança

Atos violentos após o jogo fizeram o governo reforçar a segurança em Minas, Rio e São Paulo. A Fifa vai negociar a suspensão da venda de álcool na disputa do 3.º lugar se a Argentina perder hoje, informa Sonia Racy. **METRÓPOLE / PÁG. A14 e CADERNOS / PÁG. C2**

O CHORO DE DAVID LUIZ
"Só queria poder dar alegria ao povo. Peço desculpas a todos"
Zagueiro que foi ontem capitão do time e falhou em três gols



Da glória ao fracasso. Último técnico brasileiro a erguer a taça, em 2002, Felipão sofre sua maior derrota

O ESPANTO DE SCHWEINSTEIGER
"Gostaria de me desculpar com o Brasil. Tentamos ser respeitosos"
Jogador que tem se mostrado encantado com a Copa no País

A DERROTA DE FRED
"É uma cicatriz que vai ficar marcada durante toda a nossa vida"
Atacante que ontem deixou o campo debaixo de vaia

A COBRANÇA DE RONALDO
"A seleção agora tem obrigação de conquistar o 3.º lugar"
Ex-jogador, que ainda falou do preço alto pago pelos erros

ANTERO GRECO 1950 terminou

A surra sem fim levada escancarou métodos ultrapasados, dentro e fora de campo. Depois de 2002, o futebol daqui parou. **PÁG. E8**

LUIZ ANTÔNIO FRÓSPERI Passar a bola a limpo

Chegou a hora de dar o comando da seleção e, por tabela, do futebol brasileiro aos profissionais de boa cabeça e novas ideias. **PÁG. E8**

JUAN VILLORO A trituradora alemã

O futebol é tão incrível que nos oferece partidas até onde não há competição. Foi semifinal mais descepcionante da história do esporte. **PÁG. E12**

DORA KRAMER Ilusão à toa

A vitória de técnica sobre improviso corrobora a escrita: não se pode fazer tudo errado esperando que no fim dê certo. **POLÍTICA / PÁG. A6**

VERISSIMO Normal, até que...

Fora os desastres da Espanha e da Itália, não estava sendo uma Copa do Mundo anormal. Até a hecatombe de ontem. **PÁG. E2**

DEBATE Com Neymar em campo seria diferente?

SIM. Dadi Maravilha
"O Neymar é um jogador extraordinário. Se estivesse em campo, não teríamos levado sete. Mas ainda assim teríamos levado cinco."
NÃO. Clodoaldo
"Do jeito que Brasil e Alemanha jogaram, não faria diferença. Tivemos grandes dificuldades na Copa mesmo com Neymar em campo. **PÁG. E9**



SEMIFINAL DE HOJE HOLLANDA x ARGENTINA em SÃO PAULO Van Persie e Messi decidem quem vai à final

A REFLEXÃO DE SABELLA
"Esse é o futebol, o mais ilógico dentro dos esportes"
Técnico da Argentina, para quem goleada 'não foi normal'

Morre, aos 83, Plínio de Arruda Sampaio
Morceu ontem em São Paulo o ex-deputado Plínio de Arruda Sampaio. De seus 83 anos, 60 foram dedicados à política. **POLÍTICA / PÁG. A9**

Inflação vai a 6,52% e estoura teto da meta
ECONOMIA / PÁG. B1
Ex-banqueiro recebe pena de 7 anos de prisão
ECONOMIA / PÁG. B2

CELSON MING Teto furado
Está mais do que na hora de cair na real. E não é só no futebol. A inflação estourou o teto da meta e nesses níveis tende a ficar instalada pelo menos nos próximos cinco meses. **ECONOMIA / PÁG. B2**

Tempo em SP 18º Máx. 30º Mín. Deu nublado, chuva e frio. **Pág. A8**
MISTO PAPER RECICLADO com 70% de fibra de celulose FSC C113259
ISSN 1110-2025-1 9 771516 292040

NOTAS & INFORMAÇÕES
"Dilmar" tropeça na bola Infernal, ela festejou a "beleza" que enxerpa na Copa apenas para distribuir cameladas, chamando os adversários de "turubus". **PÁG. A3**



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se dentro de campo a Copa do Mundo realizada no Brasil em 2014 bateu recorde atrás de recorde, fora dele os números impressionam em diversos quesitos (*O ESTADO DE S. PAULO*, 2014). De acordo com o jornal *O Estado de S. Paulo* (2014), o torneio, que despertava a desconfiança até a véspera da festa de abertura, levou multidões às ruas e movimentou o público, também - e principalmente -, pelas redes sociais

O Mundial foi recordista de comentários desde o seu início. A primeira semana da Copa do Mundo já mostrava que a forma de acompanhar os jogos tinha mudado. De acordo com *O Estado de S. Paulo* (2014), na abertura do evento, cerca de 58 milhões de pessoas acompanharam a partida entre Brasil e Croácia pelas Redes Sociais.

Segundo o Doutor em Comunicação e Cultura da UFRJ, Fabio Mallini (apud *O Estado de S. Paulo*, 2014), os momentos de comoção que o torneio trouxe aos usuários fizeram com que os números chegassem a picos muito altos.

Existe uma relação entre emoção e publicação. No Twitter, por exemplo, quanto maior o nível de comoção da partida, maior a quantidade de interação. Os maiores picos de publicação foram as prorrogações, penalidades e derrotas. São momentos de grande tensão e as pessoas reproduzem por meio de uma publicação. Isso aparece no momento dos gols também, conseguimos notar que a rede sofre uma relação direta (MALLINI, apud *O Estado de S. Paulo*, 2014)

De acordo com o especialista, o momento mais comentado em toda a Copa do Mundo foi o quinto gol alemão na goleada de 7 a 1 sobre o Brasil. Ao fim da partida, foi verificado que 66 milhões de pessoas acompanharam a eliminação brasileira, o que representa um quarto da de toda a interação global (*O ESTADO DE S. PAULO*, 2014).

Foi no momento da goleada que muitos brasileiros se revoltaram com o fato e com a seleção. Os meios de comunicação internacionais zombaram da situação e provocaram os brasileiros. O jornal esportivo argentino *Olé* colocou a frase “você, me diga como se sete” em sua capa, brincando com os eternos rivais (TORCEDORES.UOL, 2014), e fazendo uma analogia a canção de torcida, “Brasil, diceme qué se siente”.



Reprodução/Ole.com.ar

Ilustração 27 – Capa do jornal OLÉ, argentino

Já a mídia brasileira foi mais cautelosa, não quis ir para o lado da brincadeira ou da provocação, mas comentou de maneira mais agressiva a situação da perda da seleção, assim como o rendimento do time dentro de campo. Nessa ocasião, a mídia foi “obrigada” a novamente dar um puxão de orelha na atuação da seleção na Copa do Mundo, entretanto, sempre quis enfatizar o brilho da festa, por sinal, muito bem organizada (ÁVILA, 2014, p. 56).

Após a execução deste trabalho monográfico, foi possível concluir que a cada dia que passa, as Redes Sociais se tornam fonte de informação para as pessoas, principalmente pelo fato de que o veículo tradicional se inovou e entrou na era do webjornalismo.

Para que este trabalho chegasse a uma conclusão final, foi preciso um estudo sobre o processo metodológico, o que é método e pesquisa. Através do entendimento destes conceitos foi possível começar a busca sobre a forma como os veículos de comunicação interagem com o público por meio virtual, enfatizando a conta do jornal *O Estado de S. Paulo* na ferramenta virtual Twitter.

O objetivo deste trabalho foi dar destaque para o microblog Twitter e mostrar que apesar dos muitos ruídos de comunicação que cercam os produtores independentes, os perfis oficiais de veículos de comunicação e jornalistas, são fontes imediatas de notícias e são confiáveis. O microblog ainda traz a interação como uma das ferramentas mais

interessantes do universo *online*, assuntos repercutem o tempo todo nas mais diversas localidades do Brasil e do mundo.

A forma como o jornal *O Estado de S. Paulo* interagiu com o público e envolveu o leitor aos acontecimentos da Copa do Mundo de 2014, realizada no Brasil, foi o que mais chamou a atenção neste trabalho. Além disso, foi possível entender a atuação do jornalismo e do jornalista para com a sociedade, assim como a credibilidade nas Redes Sociais. Por esses motivos, a repercussão da copa pelo Twitter oficial do veículo, trouxe um grande desafio para a acadêmica, principalmente por ser um fato que não é mais atual e que possui poucas referências, principalmente quando se trata da interação com o leitor nos momentos abordados.

O Twitter se tornou um espaço livre, onde qualquer pessoa pode produzir um conteúdo, inclusive os considerados falsos, o que no mundo da comunicação chamamos de ruídos. No entanto, com a credibilidade dos veículos de comunicação e dos jornalistas já renomados, a veracidade dos fatos dados por eles é considerada “mais segura”.

A partir deste trabalho é possível que outras pessoas optem por outros momentos de análise, assim como outro veículo de comunicação e outra rede social, mas que se estenda também para a repercussão do evento analisando não somente a interatividade utilizada, mas sim a credibilidade dos outros veículos e jornalistas.

REFERENCIAS

- ABBOTT, Dennis. Diretor de Comunicação na Burson-Marstelle, 2017, Bruxelas
- AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. (orgs.). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação online**. São Paulo: Momento Editorial, 2009
- ÁVILA, Natália. **A IDENTIFICAÇÃO DO BRASILEIRO COM A COPA DO MUNDO DE 2014 NO BRASIL**. 2014. Universidade do Sul de Santa Catarina.
- BALDESSAR, Maria José. **Mundo digital: Jornal do Brasil na Internet no tempo do PC 386**. 2009. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Mundo%20digital.pdf>.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da Pirâmide invertida à pirâmide deitada**. p.25 - 40 in BARBOSA, Suzana. *Jornalismo digital de terceira geração*. 2007.
- CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Covilhã: BOCC, 2001. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim e PRADO, Maria Lígia. **O Bravo Matutino: imprensa e ideologia: o jornal O Estado de S. Paulo**. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.
- CORREIOBRAZILIENSE.COM.BR. Acessado em 02/10/2017 < http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2014/06/24/interna_tecnologia,434182/copa-do-mundo-mobiliza-torcedores-de-todo-o-mundo-nas-redes-sociais.shtml>
- COSTA, Dayana. **Fundamentos de Metodologia de pesquisa científica**. 2008. Disponível em <<http://www.gerenciamento.ufba.br/Disciplinas/Metodologia/FundamentosMetodologiaPesquisa.pdf>> acessado em 13/10/2017
- DE MEDEIROS, Izaíra Thalita da Silva Lima. **O TWITTER COMO FERRAMENTA NA PRÁTICA JORNALÍSTICA**. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, 2010.
- DE PAULA, Thayane Oliveira. **O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM E VALOR DA MARCA**. Faculdade Cásper Líbero. 2014, São Paulo. <https://pt.slideshare.net/Thayanedepaula/monografia-o-papel-das-redes-sociais-na-construcao-da-imagem-e-valor-da-marca>

ESQUARCIO, Fábio. **A internet transformando a vida das pessoas**. Artigo, 2016. <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/saiba-como-a-internet-transformou-a-vida-das-pessoas/96594/>

EDUCAÇÃO. ESTADAO.COM.BR. *O Estado de S. Paulo* online. Acessado em 29/10/17 <http://educacao.estadao.com.br/blogs/colégio-pentagono/as-relacoes-virtuais-no-labirinto-das-redes-sociais/>

ESPORTE. ESTADAO.COM.BR. *O Estado de S. Paulo* online. Acessado em 26/10/17 <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,interatividade-nas-redes-sociais-bate-recorde-durante-copa-no-brasil,1528892>>

Acessado em 26/10/17 <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,marcelo-e-responsavel-pelo-primeiro-gol-contra-da-selecao-em-copas,1510981>>

Acessado em 30/10/17 <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,copa-do-mundo,tinha-que-ser-preto-dizem-torcedores-apos-gol-contra-de-marcelo,1510927>>

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: contexto, 2003.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

FIGUEIRO, Thiago. Site Observatório da Imprensa.com.br. <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-jornal-tradicional-na-era-digital/>

FONSECA (1997). **A memória da imprensa esportiva no Brasil: a história contada através da literatura**. Disponível:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1815-2.pdf>> Acesso em 5 de maio de 2017.

FRANSICATO, Carlos Eduardo. **A Fabricação do Presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: SE: Editora UFS, 2005.

FREIRE, Paulo. **O Compromisso do profissional com a sociedade**. Educação e mudança. 10.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** – 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBOESPORTE. 2014. Globoesporte.globo.com

Acessado em 25/10/17 <<http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2014/07/felipao-toma-frente-apos-o-vexame-eu-fui-o-responsavel-pelas-escolhas.html>>

Acessado em 25/10/17 <<http://globoesporte.globo.com/jogo/copa-do-mundo-2014/04-07-2014/brasil-colombia.html>>

GOAL.COM. 2014. Goal.com

Acessado em 25/10/17 <http://www.goal.com/br/news/227/copa-do-mundo/2014/05/26/4840828/a-caminho-da-copa-seleção-de-novatos-para-não-é-novidade>

Acessado em 25/10/17 <http://www.goal.com/br/news/12532/um-ano-do-7-a-1/2015/07/08/13364602/lembranças-do-7-a-1-repórteres-da-goal-relembra-o-fatídico>

GRADIM, Anabela. "**WebJornalismo e a Profissão de Jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4o poder**" p.84 - 98 in BARBOSA, Suzana. *Jornalismo digital de terceira geração*. 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2008.

KARAM, Francisco José Castilhos. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004

KELYSSON, Fernando. **As funções de um jornalista**. 2010. Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/as-funcoes-de-um-jornalista/>>

MADEIRA, Thiago. Site ThiagoMadeira.com.br – Texto 2013 – Visto em 08/10/2017 <https://tiagomadeira.com/2013/07/como-ler-noticias-ilimitadas-de-folha-estadao-e-globo-sem-cadastro/>

MAGALHÃES, Davi de Castro. **O jornalismo do meio digital: breve histórico e reflexões**. 2012 acessado em 26/10/17 <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/marketing/o-jornalismo-do-meio-digital-breve-historico-e-reflexoes/22886>>

MALLINI, Fábio. Apud *O ESTADO DE S. PAULO*. 2014.

MARTINS, Gerson Luiz. **Interatividade como princípio no jornalismo**. 2014. Artigo publicado em <<http://www.gersonmartins.jor.br/artigo-jornal/interatividade-como-principio-no-jornalismo-848>> acessado em 12/10/2017

MEDINA, Cremilda de Araujo. **Profissão Jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro:Forense-Univesidade, 1982.

MOURA, Patrícia do Nascimento. **O Marketing de Mídias Sociais e a Influência no Comportamento do Consumidor**. 2006 Disponível em <<http://pt.scribd.com/doc/20716918/O-MARKETING-DE-MIDIAS-SOCIAIS-E-A->

INFLUENCIA-NO-COMPORTAMENTO-DO-CONSUMIDOR>. Acesso em 29 de agosto de 2017.>

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporânea), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/jordi/wp-content/uploads/2016/05/Jornalismo-na-Web-uma-contribui%C3%A7%C3%A3o-para-o-estudo-do-formato-da-not%C3%ADcia-na-escrita-hipertextual.pdf>>

NASCIMENTO, Gustavo. RIBEIRO, Laura. VELASCO, Juliana. **Produção Jornalística: as práticas do jornalismo no Twitter**. Trabalho apresentado no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. Goiânia, 2010

NIERO, Inês Hurtado de Oliveira. **A internet e sua vida pessoal**. Artigo – 2011.

<https://psicoclin.com/2011/07/19/a-internet-e-sua-influencia-na-vida-pessoal/>

OGLOBO. 2014. OGlobo.globo.com acesso em 24/10/17 -

<<https://oglobo.globo.com/esportes/copa-2014/brasil-segura-pressao-no-final-vence-colombia-por-2-1-esta-na-semifinal-da-copa-do-mundo-13141287>>

OLÉ Argentino – ole.com.ar – acessado em 31/10/2017

https://www.ole.com.ar/mundial-2014/semi-brasil-alemania_0_1171083159.html

OLIVEIRA, Ricardo. **Mudanças causadas pela internet em nosso cotidiano**.

Artigo, 2014. <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/mudancas-causadas-pela-internet-em-nosso-cotidiano/82952/>

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão**. BCOO, 2004.

PEREIRA, Mauro César. 2014.

http://www.espn.com.br/blogs/maurocezarpereira/424155_felipao-manda-o-hexa-para-o-inferno-ele-e-sua-trupe-sao-os-grandes-viloes-desta-copa

PERDOMO, Nidiane Saldanha. **A função social do jornalismo no mercado de notícias**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2015

PINHEIRO, Gabriel. Editor de Redes Sociais do *O Estado de S. Paulo*. A entrevista ocorreu por meio de e-mail, com resposta no dia 17 de Maio de 2017.

PINHO, J. B. – **Jounalism na internet** – 2003. Summus Editorial. São Paulo.

<<https://books.google.com.br/books?id=TtRD6VjRWBEC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>

- PONTES, José Alfredo Vidigal. *O Estado de S. Paulo*. 2015. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/historico/print/resumo.htm>> acessado em 13/11/2017
- RECUERO, Raquel. ZAGO, Gabriela. **Em busca das redes que importam: Redes sociais e capital social no Twitter**. Trabalho no XVIII Encontro da Compós. Belo Horizonte, MG, 2009.
- RECUERO, Raquel da Cunha. Redes sociais na Internet, **Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. In: SOSTER, Demérito de Azevedo; SILVA, Fernando Firmino (orgs). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2009 Acessado em 10/11. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf>>
- RECUERO, Raquel da Cunha. **REDES SOCIAIS NA INTERNET: CONSIDERAÇÕES INICIAIS**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004. Acessado em 11/10 – disponível <http://www.raquelrecuero.com/intercom2004final.pdf>
- RESULTADOSDIGITAIS.COM.BR 2017 <https://resultadosdigitais.com.br/redes-sociais/>
- RIGATOS, Leila. 2013. Site <https://jornalismoeoutrasmidias.wordpress.com>
- SAMPAIO, Daniel. **A internet mudou as nossas vidas**. Crônica escrita para o jornal diário, Público. Revista 2, 2014. Disponível – acesso em 21/9/2017 <https://www.publico.pt/2014/01/12/opiniaio/noticia/a-internet-mudou-a-nossa-vida-1618551>
- SANTAELLA, Lucia. **“Por que as comunicações e as artes estão convergindo?”** São Paulo: Paulus, 2005.
- SCHUDSON, Michael. **The Sociology of News Production Revisited**. 2000. In: CURRAN, J.;
- SCHULTZ, Tanjev. **Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S.** 2006, Newspapers. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x/full>
- SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **O jornalismo que a sociedade consome: um pensar teórico**. Comunicação e Espaço Público, Ano XI, nº 1 e 2, 2008. Disponível em: <http://www.fac.unb.br/site/images/stories/Posgraduacao/Revista/Edicoes/2009/13_cristina.pdf>.

SOUZA, Elizandra R. **Aproximando-se da Psicanálise num jogo de perguntas e respostas**. São Paulo. 2009

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005

TRINIDADE, Lenira Régia Diniz; DE SOUSA, Carlos Erick Brito. **A INTERATIVIDADE NO JORNALISMO ONLINE**. Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, 2012. <http://www.cambiassu.ufma.br/cambi2012.1/brito.pdf>

UOL – TORCEDORES. Torcedores.uol.com.br – acessado em 31/10/2017

<http://torcedores.uol.com.br/noticias/2016/06/jornal-argentino-nao-esquece-zoeira-apos-7-a-1-do-brasil-haiti-lembra-alguma-coisa>

XEXÉO, Arthur. 2014. **Coluna “Arthur Xexéo Escreve as Quartas”**

<https://oglobo.globo.com/esportes/copa-2014/a-culpa-do-psicologico-13188261>

ZAGO, Gabriela da Silva. **Apropriações jornalísticas do Twitter: a criação de mashups**. In: II Simpósio ABCiber. São Paulo, novembro, 2008.

Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características.

Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital do VI Congresso Nacional de História da Mídia. Niterói, 2008.

O Twitter como Suporte para Produção e Difusão de Conteúdos Jornalísticos.

Pelotas, 2008.

Informações jornalísticas no Twitter: redes sociais e filtros de informações. In:

III Simpósio da ABCiber, São Paulo, SP, 2009.