

**QUANDO AS REDES SOCIAIS DE INTERNET VIRAM RUA E PAUTAM O
JORNALISMO IMPRESSO: Manifestações contra o pastor e deputado Marco
Feliciano à presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias do
Congresso Nacional**

**Demonstrations against Pastor Marco Feliciano and deputy chairman of the
Commission for Human Rights and Minorities of Congress**

Sinaldo de Luna BARBOSA¹

Universidade Federal da Paraíba – UFPB, João Pessoa, Paraíba

Resumo

O presente estudo é formado por pesquisas iniciais sobre a difusão de informação, o efeito massivo das redes sociais na internet, usando o aparato social de Raquel Recuero, e os processos de extensão e propagação de movimentos surgidos nas redes e que chegam às ruas, atingindo centenas ou até milhares de indivíduos, tornando-se grandes fatos que pautam o jornalismo impresso. Trataremos as redes sociais na internet através da percepção de que elas são veículos de mensagens capazes de mobilizar multidões a organizarem manifestações que saem do espaço virtual e invadem o espaço urbano, fazendo das ruas uma extensão do mundo cibernético. Analisaremos, enfim, como a efervescência dos movimentos surgidos nas redes sociais na internet, meio emergente atuando de forma global e pós-massiva, agendam o jornalismo e tornam os meios de comunicação como intermediários entre a esfera pública e a esfera política.

Palavras-chave:

Redes sociais na internet. Agendamento. Capital social. Difusão de informações.

Abstract

This study consists of initial research on the diffusion of information, the mass effect of social networks on the Internet, using the social apparatus of Rachel Recuero, and extension processes and propagation of movements that emerged in the nets and hit the road, reaching hundreds or even thousands of individuals, making it great facts that

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba – UFPB e investigador nos grupos de pesquisa Laboratório de Estudo dos Meios – LEME (UFPB) e Jornalismo & Mobilidade (UEPB/UFBA). E-mail: sinaldoluna@gmail.com.

guide print journalism. Treat social networks on the Internet through the perception that they are carriers of messages can mobilize crowds to organize demonstrations that leave the virtual space and invade the urban space, making the streets an extension of the cyber world. Analyze, finally, as the effervescence of the movements that have emerged in social networking sites, acting through emerging global and post-massive, services schedule journalism and become the media as intermediaries between the public sphere and the political sphere.

Keywords:

Social networks on the internet. Agenda setting. Capital. Dissemination of information.

Apresentação

Para muitos e historiadores e cientistas políticos, junho de 2013 já pode ser considerado um marco na história do Brasil, surpreendido por uma série de manifestações organizadas principalmente por jovens, que surgiram através de mobilização na rede social Facebook e foram agenciadoras de pautas de toda mídia nacional, exigindo melhorias nos serviços públicos do país. Longe de querer analisar manifestações sociais pela esfera político-econômica nacional, buscaremos discutir a interferência do ciberativismo na sociedade e o poderio das redes sociais como formadores de opinião pública e ferramenta geradora de grandes movimentos populares. Todavia, faremos essa análise em episódio ainda anterior às manifestações de junho de 2013 no Brasil.

A rua é um espaço semiótico e celeiro de acontecimentos jornalísticos. Antes das ruas das principais cidades brasileiras serem tomadas por manifestações iniciadas no último mês de junho, iniciadas a partir da inquietação com os preços das passagens de ônibus na capital paulista, o Brasil assistiu outros protestos iniciados a partir de discussão em páginas de relacionamentos da internet.

Já sob protestos, em 7 de março de 2013, o pastor e deputado federal Marco Feliciano (PSC-SP) foi eleito presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias do Congresso Nacional. O político e líder religioso tornou-se nacionalmente conhecido por seu discurso religioso conservador e declarações consideradas homofóbicas, racistas e contra religiões de matrizes africanas.

As sessões da Comissão tornaram-se tumultuadas desde as primeiras movimentações de lançamento do nome de Feliciano para ocupar a cadeira de presidente e logo após sua eleição as manifestações organizadas em redes sociais na internet tomaram ruas de diversas cidades do país a partir do dia 9 de março e agendaram páginas de relevância no jornalismo impresso nacional.

2. Redes sociais na internet e a construção de capital social

Redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões (Recuero, 2009). De acordo com Recuero (2004), redes sociais na internet são sistemas que funcionam com o primado fundamental da interação social buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação e, portanto, podem forjar laços sociais através de plataformas online. Ainda segundo a pesquisadora, o conceito de laço social passa pela ideia de interação social, sendo denominado laço relacional, em contraposição ao laço associativo, aquele relacionado unicamente ao pertencer. Os laços associativos constituem-se em meras conexões formais, que independem de ato de vontade do indivíduo, bem como de custo e investimento. Esses laços associativos podem emergir da existência dos laços sociais, constituindo-se num pertencimento relativo à existência de um grupo social mais denso, mas podem também não serem resultados de nenhuma interação social e nem representar a conexão de um indivíduo com um grupo, mas sendo um mero reconhecimento formal da existência de um vínculo material entre um indivíduo e, digamos, um país. Neste sentido, não interferem na estrutura social, tratando-se, simplesmente, de uma classificação. Por conta disso, esses laços não serão considerados sociais, mas serão levados em conta por sua característica formal de agregação. Os laços sociais também podem ser fortes e fracos, a depender do nível de interação social entre os agentes comunicadores.

O capital social é definido como o valor que circula dentro de uma rede social. Para Putnan (2000), capital social refere-se principalmente às conexões e tem como elementos a reciprocidade e a confiança. É, portanto, o conteúdo difundido em uma rede e que gera relações sociais no público atingido.

Recuero (2004) diz que o capital social pode constituir o “cimento” das relações sociais dentro dos variados grupos.

Além disso, o capital social depende diretamente também do investimento dos indivíduos. Como uma relação social, que constitui a forma de produção do capital existe através de investimento e custo para os envolvidos, o capital social que transita e que é produzido através dela, também depende desses investimentos para que possa ser acumulado nos laços sociais. Sem investimento, os laços sociais tendem a enfraquecer com o tempo, depreciando o capital social de um determinado grupo (RECUERO, p. 10. 2004).

Nas redes sociais na internet, o capital social é construído a partir do esforço de sociabilidade, ou seja, requer necessidade de disponibilização de tempo e energia para difusão do acúmulo de informação e busca preencher alguns requisitos que fortalecem seu crescimento.

A confiança e a reciprocidade são elementos fundamentais do conceito de capital social, que tem papel importante na definição de estrutura da rede e é um reflexo, dependendo diretamente dos laços sociais.

3. Ciberativismo e difusão de informação nas redes sociais na internet

Através da série de manifestações que se espalharam por todo o país, vimos pela primeira vez a mobilização de milhares de pessoas, jovens em sua maioria, através da internet com o propósito de reforma no contexto social, possibilitando a prática do chamado ciberativismo.

De acordo com Vegh (2003, p.71), ciberativismo é a utilização da internet para organização e divulgação de movimentos politicamente motivados. Eles são propostos com o intuito de alcançar tradicionais metas ou lutar contra injustiças que podem ocorrer na própria rede (GURAK, LOGIE, 2003; MCCAUGHEY, AYERS, 2003).

O pesquisador André Lemos, em *Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea* assegura que as novas tecnologias de comunicação e informação surgem a partir de 1975, graças à fusão das telecomunicações analógicas com a informática, o que possibilitou a veiculação sob um mesmo suporte, o computador, de diversas formatações de mensagens (2004, p.68).

Diz o autor ainda que

essa revolução digital implica, progressivamente, a passagem do mass media (cujos símbolos são a TV, o rádio, a imprensa e o cinema) para formas

individualizadas de produção, difusão e estoque de informação. Aqui a circulação de informações não obedece à hierarquia da árvore (um-todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos-todos). (LEMOS, 2004, p.68).

De acordo com Santos (2011),

o ciberativismo chega ao Brasil em meados de 1990, com o avanço da internet e a entrada de ativistas políticos, sociais e ambientalistas na rede. Para os ciberativistas o uso da internet é um meio de “driblar” os meios de comunicação tradicionais, que na maioria das vezes não oferecem espaço para que a opinião pública se manifeste. Com isso a rede se torna um espaço “público” em que os ativistas podem se manifestar, otimizando o impacto de suas ideias. Apesar de parecer muito simples, e de depender apenas de um clique, o ciberativismo - que nasce com a entrada de ativistas na rede -, vem com uma proposta de conscientização através da internet. Na maioria dos casos uma movimentação que começa na internet e acaba nas ruas. E para isso não basta apenas o ciberativista, mas o ativista “real” também. (SANTOS, 2011, p. 3).

O ciberativismo é capaz de oferecer um universo de ferramentas e mecanismos responsáveis pela organização e dinamização de causas sociais. Santos (2011), exemplificando campanhas propostas por ONG’s, lembra que

com um clique é possível plantar uma muda de árvore no Brasil, assinar uma petição contra o desmatamento da Amazônia, enviar sua foto em uma campanha mundial contra o desarmamento ou organizar uma manifestação em praça pública de um milhão de pessoas (SANTOS, 2011, p. 4).

Para Henrique Antoun (2013),

Na história da militância política, a internet dos grupos de discussão vai inaugurar a política de vazamento como *modus operandi* para fazer chegar aos diferentes usuários de todo o mundo as informações privilegiadas sobre a situação social de regimes políticos fechados, a crítica a poderes econômicos e militares num contexto de bipolaridade mundial ou mesmo ser a base de sustentação da articulação política de movimentos feministas, ambientalistas e estudantis, amparados em torno de instituições não governamentais para organizar suas lutas ou para vazar notícias que sofrem barreiras da censuras políticas e econômicas locais. O aparecimento do ciberativismo – numa versão hacker e comunitária - rompe com o próprio ativismo social que se realizava até então no campo da comunicação social. (ANTOUN, 2013, p.4).

O ciberativismo orquestrado pelo advento da internet e somado ao potencial de disseminação de informação oferecido pelos mecanismos das redes sociais de internet tem sido frequentes as mobilizações que surgem no universo virtual, tomam proporções

grandiosas e ganham forma no mundo real. Para Cláudio Paiva (2013), “hoje as redes sociais permitem o enfrentamento do monopólio da comunicação pelas corporações e grupos econômicos, gerando estratégias sociocomunicacionais imprevistas” (PAIVA, 2013, p. 3).

Para Raquel Recuero (2009), as redes sociais são ambientes de ampla circulação de informação, que por sua vez são capazes de gerar mobilizações e conversações de potencial interesse jornalístico. Sucintamente, podemos, então, dizer que o material veiculado nos sites de redes sociais da internet, desde que não já tenham sido publicados por perfis da grande mídia, não deve ser considerado material jornalístico, mas, a partir da investigação criteriosa de um jornalista as informações ali contidas, com potencial jornalístico, podem pautar veículos comunicacionais e tornar-se material jornalístico.

4. McCombs, Shaw, Lippmanne, a *agenda-setting* e a opinião pública

Os trabalhos dos teóricos McCombs e Shaw em 1972 nos Estados Unidos, trouxeram ao jornalismo o que passou a ser chamado de Teoria do Agendamento, ou Agenda Setting.

A Teoria do Agendamento formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw, tem suas bases firmadas no conceito de opinião pública formado por Walter Lippmann. O agendamento seria na compreensão da teoria o método pelo qual a mídia é agenciadora da pauta terminando o que deve ou não ser noticiado (Teoria do Agendamento, McCombs) e como tal pauta interferirá na opinião pública (Lippmann). Teria, então, a mídia o poder de lançar ao público o conteúdo em que ele deve pensar. Pressupõe-se que as notícias são como são porque os veículos de comunicação nos dizem em que pensar, como pensar e o que pensar sobre os fatos noticiados. A Teoria do Agendamento assegura que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas.

Todavia, nos lembra Wolf (2012), suscitando ideia de Shaw, que a teoria do agendamento não tende a persuadir:

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público é ciente ou ignora, dá atenção ou descuida, enfatiza ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas tendem a incluir ou excluir dos próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui do próprio conteúdo. Além disso, o público tende a conferir ao que ele inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW *apud* WOLF, 2012, p. 143).

A hipótese da *agenda setting* não defende que a imprensa pretende persuadir. A influência da mídia nas conversas dos cidadãos advém da dinâmica organizacional das empresas de comunicação, com sua cultura própria e critérios de noticiabilidade. De acordo com McCombs & Shaw, as pessoas tem tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Os estudos relacionados à teoria do agendamento são norteados pela confluência entre a agenda midiática e a agenda pública. Para a teoria de McCombs, nossa rotina e nossas conversas, são pautadas pelo proposto pela mídia, que seleciona o que julga importante e faz atingir a opinião pública. Em suma, a mídia nos diz sobre o que falar, de certa forma, pautando nossos relacionamentos (PENA, 2010).

É a mídia quem seleciona o que julga importante e faz atingir a opinião pública, podendo estruturar neste a imagem da realidade social, a organizar novos elementos dessa mesma imagem, a formar opiniões e crenças novas. E é o próprio McCombs quem assegura isso, ao dizer que “[...] o controle do agendamento da mídia implica influência significativa sobre a agenda do público”. (MCCOMBS, 2009, p. 161–162).

E ainda mais:

Na sua seleção diária e apresentação das notícias, os editores e diretores de redação focam nossa atenção e influenciam nossas percepções naqueles que são as mais importantes questões do dia. Essa habilidade de influenciar a saliência dos tópicos na agenda pública e veio a ser chamada da função agendamento dos meios noticiosos. (MCCOMBS, 2009, p. 17-18).

Estudos mais recentes na comunicação e no jornalismo apontam para o viés que, tendo em vista, as novas práticas comunicacionais e o vasto aparato de ferramentas da comunicações, bem como a interação cada vez maior dos produtores e consumidores de informação, mostram que a teoria do agendamento continua sendo uma das principais no jornalismo. Ainda que novos canais de comunicação possam dar lugar a diversos conteúdos e gerar opiniões diversas, diferentemente do que propunha, por

exemplo a Teoria da Agulha Hipodérmica, a Teoria do Agendamento mostra hoje que ainda exerce influência sobre a população pautando, no mínimo, quais assuntos são tratados com mais relevância, mesmo que a população venha a divergir do encaminhamento proposto e/ou possa ter outras interpretações.

5. Capital social, difusão de informação e agendamento

A partir do reconhecimento do que se é veiculado, o público através das redes sociais na internet tem o poder de reverberar as informações. Nos lembra Recuero que

o capital social que a publicação de uma determinada informação irá gerar para um determinado ator está diretamente relacionado com a relevância dessa informação para o grupo, bem como sua novidade e sua especialidade para a rede social. Por conta disso, muitos atores investem tempo em procurar informações mais especializadas e em participar de fóruns e outros elementos de forma a refinar o conhecimento e a circulação de informações em suas redes sociais (RECUERO, p. 08, 2009).

As práticas de reverberação dos conteúdos publicados em redes sociais na internet são comuns e estão ligadas tanto aos interesses individuais quanto coletivos. A pesquisadora lembra ainda que, com o advento da mediação do computador, diversos elementos modificaram o contexto do jornalismo. “O lugar da mídia de massa, enquanto detentora do poder de informação passou a ser questionado” (RECUERO, 2011, p. 5).

Faz-se necessário discutirmos que apesar de não serem consideradas como sendo jornalismo as postagens nos sites de redes sociais podem conter elementos noticiosos que a partir de apuração poderão servir de alicerce para conteúdo jornalístico.

Sendo assim, podemos relacionar a produção de conteúdo jornalístico através das redes sociais muitas vezes baseada no conceito do capital social, podendo servir como produtora, filtro ou reverberação de informação.

Para Bruns (2005), as práticas informativas na Internet (e, portanto, nas redes sociais online) podem ser classificadas como *gatewatching*, e podem complementar e até substituir o papel do *gatekeeping* do jornalismo tradicional. De acordo com o autor, *gatewatching* refere-se à observação daquilo que é publicado pelos veículos noticiosos, no sentido de identificar informações relevantes assim que publicadas. Essa noção é

mais adequada ao trabalho de filtragem realizado pelas redes sociais, muitas vezes especializado, focado em informações que estão fora do paradigma informacional.

Dentro desta perspectiva, portanto, as redes sociais na internet agiriam através do gatewatching. Assim, essas redes vão atuar com um triplo papel social: como fontes, como filtros ou como espaço de reverberação das informações. São essas as relações que apontamos como relevantes para o jornalismo no espectro do estudo das redes sociais.

Tais observações propostas pelo gatewatching são importantes para o jornalismo contemporâneo, pois é possível verificar o agendamento de outros meios de comunicação norteados pelo conteúdo produzido e difundido nas redes sociais de internet.

6. Manifestações contra o pastor e deputado Marco Feliciano à presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias do Congresso Nacional vai das redes às páginas amarelas de VEJA

Conhecido por seu discurso fervoroso e conservador, o líder religioso e político Marco Feliciano (PSC-SP) é acusado por diversos grupos ativistas de propagar mensagens consideradas homofóbicas, raciais e de aversão às religiões de matrizes africanas. Desde as primeiras movimentações que encaminhavam o deputado federal à cadeira de presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias do Congresso Nacional, assistimos diversos protestos contra o que muitos manifestantes chamaram de “fim dos Direitos Humanos no Brasil”.

Surgiram nas redes sociais na internet, vídeos e textos supostamente de autoria do pastor difundindo mensagens que, em tese, deveriam ser condenadas pela comissão que passara a presidir e em poucos dias uma onda de brasileiros passou a participar de uma campanha pedindo a renúncia do presidente.

Os movimentos surgidos em redes sociais na internet, com destaque para o Facebook, através da fan page “Marco Feliciano Não Me Representa”, nortearam-se em postagens do pastor exibidas em seu perfil oficial, inicialmente no Twitter. Numa dessas mensagens, dizia o pastor que a raça negra seria amaldiçoada.



Foto 1: Reprodução do perfil do Twitter do Pastor Marco Feliciano.



Foto 2: Fan page “Marco Feliciano Não Me Representa”, ambiente de origem das organizadas manifestações online contra o pastor e deputado.

Militantes de todo o país contrários à permanência de Marco Feliciano colaboraram diuturnamente com produção de imagens com a frase que dá nome à página e a efervescência das polêmicas declarações do pastor aqueceram as redes sociais que não suportaram o tamanho sentimento de revolta e decidiram fazer das ruas uma extensão do mundo cibernético, fazendo dos meios de comunicação, como diriam McLuhan, uma extensão do homem.

Milhares de brasileiros passaram a levar às ruas de diversas cidades a mesma campanha proposta inicialmente na página do Facebook e a campanha “Marco Feliciano Não Me Representa” cresceu, atingiu a opinião pública e mobilizou personalidades.

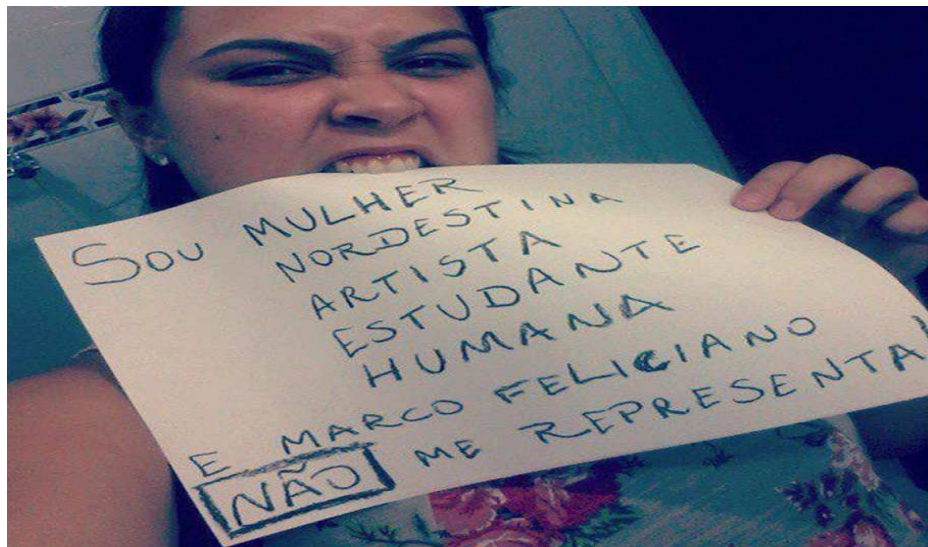


Foto 3: Exemplo de cartaz de manifestação na fan page. Reprodução: Facebook.



Foto 4: Um dos protestos contra Marco Feliciano sai do Facebook e toma as ruas. Reprodução: Facebook.

Associamos o breve caso em estudo ao processo de construção de capital social e difusão de informação. A credibilidade depositada na conta do Twitter do pastor e presidente da Comissão foi ainda além de um elemento noticioso e extremamente reverberado, a inquietação e movimentação organizada de protestos propostos na rede social Facebook, através do serviço de gatwatching ocasionou o agendamento de diversos veículos comunicacionais do país.

Em edição de duas semanas após a eleição na Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara, a Revista VEJA dedicou suas páginas amarelas de entrevista ao

pastor Marco Feliciano. Por um lado, dando voz ao protagonista das manifestações e por outro aguçando ainda mais os manifestantes.



Foto 5: primeira das páginas amarela em que a Veja, entrevistou o político e líder religioso.

Tendo realizada uma pauta posterior aos movimentos surgidos em rede e a julgar pelo intervalo entre eleição e entrevista (duas semanas), podemos acreditar que a efervescência das manifestações tenha sido um elemento impulsionador da pauta, tornando a massificação da até então pouco debatida comissão em algo noticioso. Entretanto, verificamos que apesar de estar visivelmente agendada pelas redes sociais na internet, principalmente no Facebook e Twiter, a entrevista trazida em VEJA não discute o potencial dessas novas ferramentas comunicacionais para o jornalismo.

Considerações finais

Acerca do processo das manifestações no contra o presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias na Câmara, ficamos diante de um grande debate quanto aos verdadeiros agenciadores de pauta, responsáveis pelo grande número de manifestantes nas ruas das principais cidades do país e formação da opinião pública quanto aos protestos.

Talvez, a partir do momento em que as manifestações eclodiram pelo país e a grande mídia pautou seus veículos com material sobre os protestos, como exemplo do caso abordado da entrevista em VEJA, tenha sido ela, através dos meios de comunicação tradicionais, a principal reverberadora e responsável pelo aumento dos movimentos. Todavia, é inegável que a organização e divulgação inicial dos primeiros atos no Facebook embasaram toda magnitude e agendamento das manifestações. Além disso, impulsionaram o agendamento dos meios de comunicação tradicionais.

Buscando dar continuidade ao breve estudo inicial apresentado, pretendemos continuar mapeando elencando edições de VEJA em que o tema das manifestações envolvendo a presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara seja pautado. Com olhar analítico e crítico, levantarmos questionamentos acerca, se de fato existe, dos porquês do, até então, não reconhecimento das redes sociais na internet como importante ferramenta de agendamento.

Ainda mais, levando em consideração que não só aconteceram manifestações contra o pastor, mas também de apoio, nessa seara de construção de capital social e difusão de informação podemos tratar num outro estudo também a influência das redes sociais na internet como importante ferramenta no processo de propagação de dogmas e atração de fiéis dos movimentos religiosos no Brasil.

Referências

ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ANTOUN, Henrique. **Jornalismo e ativismo na hipermídia: em que se pode reconhecer a nova mídia**. In: Revista Famecos, Porto Alegre, nº16, 2001.

ANTOUN, Henrique e MALINI, Fábio. **Ontologia da Liberdade na Rede: a guerra das narrativas na internet e a luta social na democracia**. Revista da Famecos, Porto Alegre/RS, v. 17, n. 3, 2010, p. 286-294.

BRUNO, N. **Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events**. Oxford: Reuters, 2011.

BRUNS, A. **Gatewatching: Collaborative Online News Production**. New York: Peter Lang. Publishing, 2005.

GURAK, L. J. and LOGIE, J. **Internet protests, from text to web**. In: MCCAUGHEY, AYERS, M.D. (ed.). *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. London: Routledge, 2003.

HERMIDA, A. Tweets and Truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. **Journalism Practice**, v. 6, n. 5-6, p. 659-668, 2012.

LEMONS, André. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008. 4ª ed.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MALINI, Fábio. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais/** Fábio Malini e Henrique Antoun. – Porto Alegre: Sulina, 2013.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2002.

PAIVA, C.C. **O julgamento do mensalão e as redes sociais de interpretação: pistas para uma hermenêutica da comunicação e cultura midiática compartilhada**. Salvador: COMPÓS, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. – Porto Alegre: Sulina, 2009.

_____. **Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet**. Trabalho apresentado no XXVII INTERCOM, na PUC/RS em Porto Alegre. Setembro de 2004.

_____; ZAGO, G. **Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter**. *Líbero*, São Paulo, v.12, n.24, p. 81-94, 2009.



_____; ZAGO, G. **A Economia do Retweet. Redes, Difusão de Informações e Capital Social no Twitter.** Anais da XX Compós. Porto Alegre: 2011.

VEGH, S. **Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank.** In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (ed.). *Cyberactivism: online activism in theory and practice.* London: Routledge, 2003.

VIS, F. Twitter as a reporting tool for breaking news. **Digital Journalism**, v. 1, n. 1, p. 27-47, 2012.

ZAGO, G. **Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter.** XXI Encontro Anual da Compós. Juiz de Fora, MG: Compós, 2012.

SHOEMAKER, Pamela J. **Teoria do gatekeeping: construção e seleção da notícia:** Porto Alegre: Penso, 2011.