

JORNALISMO E MÍDIAS SOCIAIS: A REPRESENTAÇÃO DA MEMÓRIA COLETIVA ATRAVÉS DAS APROPRIAÇÕES NO ESPECIAL MULTIMÍDIA #MEMORIAL1109¹

JOURNALISM AND SOCIAL MEDIA: THE REPRESENTATION OF COLLECTIVE MEMORY THROUGH APPROPRIATIONS ON THE MULTIMEDIA SPECIAL #MEMORIAL1109

Gabriela Zago*

Ana Lúcia Migowski da Silva**

RESUMO

O trabalho tem por objetivo discutir a representação da memória coletiva através das apropriações observadas nos tweets feitos por interagentes ao participarem do especial multimídia #memorial1109, promovido pelo jornal Zero Hora, do Sul do Brasil. Os tweets analisados permitem observar como aparecem as relações entre o 11 de setembro, o jornalismo, as hashtags propostas pela organização e a efetiva apropriação por parte dos usuários. Os resultados apontam para uma apropriação da hashtag, por parte dos interagentes, visando agendar determinadas discussões e acionando certas memórias no âmbito do especial promovido pela organização jornalística.

PALAVRAS-CHAVE

jornalismo; memória coletiva; apropriação.

ABSTRACT

The paper aims to discuss the representation of collective memory through appropriations observed on tweets made by interactants when participating in the multimedia special #memorial1109, promoted by the newspaper Zero Hora, from the South of Brazil. By analyzing tweets, we observed relationships among September 11, journalism, hashtags proposed by the news outlet, and the effective appropriation made by users. Results point to an appropriation of the hashtag by interactants, aiming at scheduling certain

* Doutoranda em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora no curso de Design Digital da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). PORTO ALEGRE, BRASIL. gabrielaz@gmail.com

** Mestranda em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). PORTO ALEGRE, BRASIL. anamigo@gmail.com

discussions and triggering certain memories through the special promoted by the news organization.

KEYWORDS

journalism; collective memory; appropriation

INTRODUÇÃO

Em setembro de 2011 completaram-se 10 anos desde o 11 de setembro de 2001. A situação foi propícia para que veículos jornalísticos diversos promovessem a elaboração de especiais multimídia e propostas interativas para marcar a passagem da data. Como consequência, estruturou-se um ambiente que auxiliou na representação da memória coletiva sobre esse mega-acontecimento (ALVARES, 2005). No Brasil foi possível identificar uma série de produtos midiáticos que abordaram o assunto, como coberturas jornalísticas, produção e veiculação de documentários e produtos digitais. Mais do que acionar memórias, esses especiais também se tornaram propícios para observar a relação entre jornalismo e mídias sociais.

O jornal Zero Hora, sediado em Porto Alegre, RS, publicou diversas matérias aludindo aos 10 anos do 11 de setembro de 2001, de notícias simples a especiais multimídia. Também houve intensa utilização de mídias sociais, tanto como recurso para facilitar a produção e veiculação de conteúdos pelo próprio jornal (como no caso de coberturas via blog, por exemplo¹), quanto ao solicitar a colaboração do público para complementar seus conteúdos.

Com base nesse contexto, o trabalho procura examinar especificamente um caso: o especial multimídia “Reconstrua as Torres Gêmeas” de Zero Hora. Através desse especial, os leitores eram convidados a utilizar a *hashtag* “#memorial1109” no Twitter para compartilhar informações, expressar suas lembranças e relatar episódios relacionados ao dia 11 de setembro de 2001. Essas mensagens eram então exibidas em um especial multimídia, no site do veículo, no qual a reconstrução das Torres Gêmeas era simulada. No caso estudado, portanto, as mídias sociais foram utilizadas para abastecer de conteúdo um especial do jornal digital.

O trabalho tem por objetivo discutir a representação da memória coletiva através das apropriações feitas pelos interagentes ao se utilizarem da *hashtag* proposta pelo jornal. Para tanto, em um primeiro momento, discorre-se sobre a colaboração entre profissionais

e amadores no jornalismo. A seguir, discute-se o formato especial multimídia. O passo seguinte envolve a caracterização da memória coletiva nesse contexto. Após, são apresentados os procedimentos metodológicos empregados e os resultados obtidos com a pesquisa.

COLABORAÇÃO ENTRE PROFISSIONAIS E AMADORES NO PROCESSO JORNALÍSTICO

A colaboração entre profissionais e amadores, o *Pro-Am* (ANDERSON, 2006) é uma prática cada vez mais corrente na indústria midiática, especialmente no jornalismo (BELOCHIO, 2009). Facilitada pelas tecnologias digitais, essa colaboração se dá não apenas na produção de notícias (em espaços com nomes sugestivos como Leitor-Repórter², ou Eu-Repórter³), como também pode se dar na apuração (através da sugestão de pautas, por exemplo), ou na circulação de notícias (quando interagentes contribuem para divulgar um link em sites de redes sociais, por exemplo, contribuindo para ampliar o alcance de uma notícia).

Essa participação em sites de redes sociais pode se dar em espaços como o Twitter, microblog no qual os usuários são convidados a postar mensagens de até 140 caracteres. Nesse contexto, jornais usam e propõem *hashtags* para uso pelo público no Twitter, como uma forma de permitir que os interagentes participem das coberturas – promovendo, assim, a extensão de seus conteúdos (JENKINS, 2008) e a possibilidade de participação dos leitores na etapa de circulação jornalística (MACHADO, 2008). Ao enviar e reproduzir links e chamadas para notícias, bem como ao comentá-las, os leitores contribuem para potencializar a circulação através de uma espécie de recirculação jornalística (ZAGO, 2011), na medida em que o acontecimento jornalístico é posto novamente em circulação pelos interagentes.

A possibilidade de participação do público no jornalismo a partir do Twitter não é nova. Desde os primórdios do Twitter jornais experimentam através da criação de *mashups* jornalísticos (ZAGO, 2009), que tanto possibilitam uma nova forma de visualização de *tweets* da própria organização no site do jornal, quanto permitem a colaboração do público em coberturas e na apuração de informações sobre temas específicos (trânsito, clima, etc.). O diferencial fica por conta do surgimento e combinação de diferentes linguagens para a criação de um produto jornalístico específico e mais refinado a partir das colaborações enviadas por interagentes através de sites de redes sociais como o

Twitter. A combinação entre redes sociais e formatos hipermediáticos é uma prática recente no jornalismo que evidencia a emergência de práticas que relativizam e trazem novos contornos para a relação entre profissionais e amadores, jornalistas e audiência.

O Twitter, sobretudo, vem sendo amplamente utilizado no que Weber (2011, p. 144) chamou “fonte para a infografia interativa”. Esta apropriação do fazer jornalístico em relação ao conteúdo produzido pelos usuários do Twitter pode se dar através da participação voluntária - quando o veículo convida explicitamente a audiência a utilizar uma determinada *hashtag* como forma de contribuir com suas mensagens -, ou involuntária - quando há a integração de *tweets* gerados no microblog que não necessariamente se dirigem à participação do usuário, mas que por utilizarem determinados termos ou *hashtags* se tornam interessantes à temática do especial. No entanto, nota-se que principalmente no primeiro caso - da participação voluntária -, existem práticas que demonstram a apropriação também dos usuários ou audiências em relação ao ambiente colaborativo disponibilizado pelos veículos jornalísticos. E é nesse ponto que reside o interesse pela temática trabalhada nesse artigo.

TENSÕES ENTRE ORGANIZAÇÃO E INDIVÍDUOS: O ESPECIAL MULTIMÍDIA E SUAS APROPRIAÇÕES

A produção de notícias da web caracteriza-se pela possibilidade de se utilizar os recursos disponibilizados pelo meio, quais sejam, interatividade, multimidialidade, hipertextualidade, memória, personalização e atualização contínua (PALACIOS, 2003). Dois desses recursos interessam especialmente a este trabalho: a multimidialidade e a memória.

A web possibilita que textos, imagens, áudio e vídeo possam ser combinados para a apresentação de uma notícia. Ainda que muitas vezes esses recursos sejam apenas justapostos em uma mesma página, há vezes em que eles se encontram combinados, de forma integrada (SALAVERRÍA, 2001). Os especiais multimídia, formato específico de linguagem digital (LONGHI, 2010), vêm sendo amplamente utilizados neste sentido.

Ainda que várias nomenclaturas estejam sendo utilizadas para definir esse tipo de produto, os especiais multimídia podem ser entendidos como aqueles formatos que apresentam informação em diversos tipos de linguagem, englobando gêneros diferentes, que podem ser desde o que tem sido denominado como infográfico interativo (N. Y. Times) até o slide-show com áudio, passando pelos formatos produzidos em Flash, denominados mais especificamente de “especiais multimídia” (Clarín.com). (LONGHI, 2010, pp. 156-157)

Assim, os jornais online passam a se valer de uma linguagem multimídia integrada para produzir especiais que reúnem vídeos, textos, áudios, e muitas vezes são produzidos em linguagens específicas da web, como Flash⁴ ou HTML5⁵. Esses especiais costumam ser vinculados a determinados acontecimentos jornalísticos de grande repercussão. Além de associá-los a outras notícias, os especiais muitas vezes são reunidos também em uma seção específica do site, como ocorre no jornal argentino Clarín.com⁶.

Outro conceito associado ao fenômeno investigado é a apropriação, um elemento típico da cibercultura (LEMOS, 2001), que diz respeito ao uso criativo dado pelos usuários, muitas vezes distintos da proposta original dos sistemas. A partir do imaginário *cyberpunk*, Lemos (2001) traça ainda a diferença entre apropriação e desvio. O desvio estaria associado ao uso desviante promovido por usuários externos (“outsiders”), que fogem à lógica convencional da produção e consumo das novas tecnologias contemporâneas.

Assim, embora os sites e ferramentas da web possam ser criados para uma finalidade específica, eles podem ser utilizados e reapropriados pelos usuários para que exerçam outras funções. Por exemplo, o Twitter foi inicialmente concebido para ser uma ferramenta para se dizer o que se está fazendo para amigos, através de mensagens de celular (SMS). Com o tempo, passou a ser apropriado para se dizer o que estava acontecendo em determinados lugares. Em 2009, o próprio site alterou sua pergunta principal de “O que você está fazendo?” para “O que está acontecendo?”, de modo a refletir a mudança na utilização principal.

Do mesmo modo, um especial jornalístico que conte com a colaboração do público em tempo real pode ser apropriado para outras finalidades - desde para autopromoção até para causas políticas. Isso se dá especialmente quando não há filtragem do conteúdo que será incluído no especial.

O jornal Zero Hora⁷, de Porto Alegre, RS, Brasil, produz especiais em seu site, com destaque para Fotos 360°, infográficos e audioslides. Os especiais multimídia aparecem vinculados às notícias do site e também na seção “Biblioteca multimídia⁸”. Alguns desses especiais são colaborativos, ou seja, envolvem a participação do público na produção de conteúdo.

No caso estudado no presente artigo, as mensagens postadas no Twitter com a *hashtag* #memorial1109 apareciam diretamente no site do especial multimídia “Reconstrua as Torres Gêmeas” em Zero Hora.com (Figura 1). Os leitores eram convidados a utilizar a

hashtag para compartilhar informações e lembrar episódios relacionados ao dia 11 de setembro de 2001. Essas mensagens eram então exibidas em um especial multimídia, no site do veículo, no qual a reconstrução das Torres Gêmeas era simulada. Cada mensagem, incluída em tempo real e sem filtro prévio por parte da organização, representava um bloco na reconstrução das Torres Gêmeas virtuais.

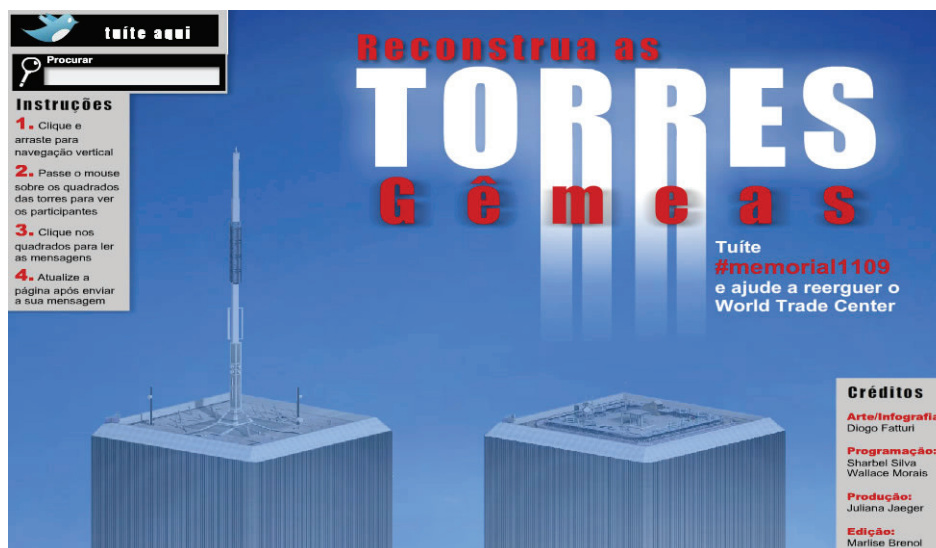


Figura 1. Especial Multimídia "Reconstrua as Torres Gêmeas" de Zero Hora.com

Fonte: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/torres_gemeas/index.html

As diferentes apropriações que foram observadas no caso estudado dizem respeito, em sua maioria, ao acionamento de diferentes memórias, através de relatos, depoimentos, e expressões de sentimentos sobre o 11 de setembro de 2001.

MEMÓRIA COLETIVA E JORNALISMO DIGITAL

A memória coletiva, com a qual se trabalha aqui, está alinhada com a perspectiva de Halbwachs (2006), que enfatiza a relação entre as diversas expressões individuais e sua relação com um imaginário social mais amplo. Para o autor, as narrativas individuais e coletivas não se confundem, mas possuem um diálogo permanente. Dessa forma, será analisado o modo como o jornalismo digital também se integra a tais perspectivas coletivas, no momento em que abre espaço para a colaboração e participação de seus interagentes a partir das mídias sociais.

Partindo-se do caso específico dos acontecimentos do dia 11 de setembro de 2001, percebe-se que sua cobertura jornalística dialogou em diversos momentos com a perspectiva do público, uma vez que desde o momento exato do evento câmeras de pessoas

comuns foram apontadas para as Torres Gêmeas em chamadas, e depois divulgadas por telejornais. Conforme aponta Malta (2010, p. 8), pouco espaço foi fornecido a essas imagens amadoras por parte da televisão à época do acontecimento. No entanto, muitas delas continuam a circular na web, sobretudo no YouTube⁹. Além disso, conteúdos compartilhados na rede permitem a produção de mais e mais documentos, vídeos e imagens que sustentam discursos que defendem diferentes versões sobre as causas do acontecimento. A partir de iniciativas como essas configura-se uma relação entre os atores sociais que participam da produção de conteúdos midiáticos, sendo cada vez mais frequente a colaboração entre profissionais e amadores.

Mas, em que medida a memória coletiva está atrelada a essas produções? A partir de teorias e evidências destacadas por alguns autores, serão caracterizadas as possibilidades exploradas pelo jornalismo digital em momentos marcados por acontecimentos de grande repercussão, tais como o “11 de setembro”. Conforme aponta Alsina (2009, p. 130) “acontecimentos sensibilizam e provêm uma participação afetiva das audiências”. Sendo assim, os especiais multimídia ou outros produtos que contam com a colaboração dos interagentes devem levar em conta o modo como estes foram tocados pelo fato explorado. A efetiva participação dos indivíduos em projetos jornalísticos acontece se esses estiverem motivados (SHIRKY, 2011, p. 146). Esses aspectos, unidos a outras potencialidades dos meios digitais de comunicação, estabelecem um ambiente no qual a memória pessoal e coletiva pode ser representada.

Para Palacios (2003), a memória está entre as principais características do jornalismo online. Isto porque os meios digitais em rede permitem que conteúdos diversos, provenientes de diferentes fontes - desde instituições jornalísticas até usuários que expõem relatos e depoimentos em sites de redes sociais ou blogs —, sejam recuperados e apropriados de múltiplas formas pelos interagentes na rede. Dessa forma, o autor trabalha com a perspectiva que vê a “memória enquanto dimensão produtora de contexto e aprofundamento no produto jornalístico” (PALACIOS, 2010, p. 47). Com as possibilidades de acesso e publicação de conteúdos, características técnicas da rede, o potencial da memória *no* e *do* jornalismo se amplifica.

Muitos especiais multimídia, como o “Reconstrua as Torres Gêmeas”, trabalham justamente com a contextualização dos acontecimentos através da colaboração e participação de seu público. Ao compartilhar algum testemunho¹⁰, elemento fundamental para a produção de memórias na internet (PALACIOS, 2010, pp. 40-41), juntamente com a

hashtag #memorial1109, os usuários auxiliaram não só na reconstrução simbólica dos edifícios, mas também na expressão do contexto que circunda o acontecimento.

Outro aspecto relevante quanto à memória coletiva na internet diz respeito ao “sentido de *comunidade*” que se estabelece nos espaços dedicados a atividades memoriais (CASADEI, 2009). A autora defende que há um esgarçamento (CASADEI, 2009, p. 2) do conceito de comunidade na contemporaneidade, já que:

[a] comunidade em um ambiente virtual sofre um deslocamento radical, na medida em que não depende de um território ou de um modo comum de vida, mas sim, está baseado no significado que a comunidade adquire na vida de seus participantes - e principalmente, como este sentido é (re)significado ao longo do tempo (CASADEI, 2009, p. 9)

Dessa maneira, é importante que os produtos jornalísticos que propõem a participação e a colaboração do público, compreendam de que modo os conteúdos compartilhados atuarão sobre as comunidades a que se referem, sejam simbólica ou espacialmente determinados. As apropriações também podem atuar no estabelecimento do sentido de comunidade de um dado ambiente de interação.

É preciso atentar ainda para o fato de que os especiais multimídia e projetos digitais jornalísticos que convidam e encorajam a participação de seu público estão, na verdade, oferecendo novas oportunidades para antigas motivações (SHIRKY, 2011, p. 157). Ou seja, “a tecnologia serve como um facilitador, como uma ferramenta infraestrutural que é utilizada por indivíduos engajados ativamente” (DUTTA-BERGMAN, 2006, p. 482)¹¹.

O ano de 2011 assinala a passagem de 10 anos do 11 de setembro. O aniversário de uma década da data foi tomado pela imprensa como um grande acontecimento. Jornais do mundo todo prepararam especiais para lembrar a passagem da data. No Brasil, não foi diferente. Os principais veículos do país – como portal G1¹², revista Veja¹³, jornal Folha de S.Paulo¹⁴, jornal Estadão¹⁵, portal Terra¹⁶, entre outros – tinham páginas de conteúdo dedicadas especificamente para a ocasião, que incluíam notícias e recursos multimídia.

O jornal Zero Hora também preparou conteúdo especial para a data. Dentre esses conteúdos, estava o especial multimídia “Reconstrua as Torres Gêmeas”, que contava com a colaboração do público, via Twitter, para proceder à representação da memória coletiva sobre o 11 de setembro.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa foi operacionalizada através da análise de conteúdo de *tweets* postados pelos leitores do jornal no Twitter utilizando a *hashtag* #memorial1109. Os *tweets* foram coletados através da ferramenta Twapperkeeper¹⁷. Ao todo foram obtidos 839 *tweets* feitos com a *hashtag* entre os dias 08 e 17 de setembro de 2011.

A proposta da ação, conforme pode ser lido em Zero Hora.com¹⁸ era: “Basta postar, no Twitter, uma mensagem de condolências seguida de #memorial1109. Suas palavras ajudarão a completar os prédios no infográfico”. Ao clicar no botão “Tuíte aqui” no site do especial o leitor era redirecionado ao Twitter, onde era convidado a fazer o *login* e uma caixa de texto do Twitter com “#memorial1109” aparecia, a partir da qual o usuário poderia incluir sua mensagem de condolências. Também era possível tuitar diretamente pelo Twitter, utilizando a *hashtag*. Após ser publicada no Twitter, a mensagem aparecia como um dos blocos que compunham as Torres Gêmeas virtuais no especial multimídia. Ao se atingir o número de mensagens estipulado, as torres estariam completamente reconstruídas.

A análise de conteúdo pode ser definida como

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2009, p. 37).

Através do emprego dessa técnica de pesquisa, unidades textuais diversas podem ser classificadas, a partir de seu conteúdo, em categorias de análise que as agrupam em torno de um eixo comum. No caso da presente pesquisa, a unidade textual considerada é cada *tweet* postado por interagentes no Twitter utilizando a *hashtag* #memorial1109, na medida em que foram estas mensagens que ajudaram a reconstruir as Torres Gêmeas no especial multimídia de Zero Hora.

Os *tweets* foram categorizados conforme os seguintes critérios: (a) quanto ao uso, a partir de Lemos (2001), em: “uso”, “apropriação”, “desvio”, para *tweets* que, respectivamente, seguiam a proposta de Zero Hora.com, apropriavam-se da *hashtag* para falar de algo relacionado ao 11 de setembro, ou empregavam a *hashtag* em outro contexto diferente do 11 de setembro de 2001; e (b) para outros *tweets*, subdivididos em “*tweets*

de Zero Hora.com”, “*tweet* padrão”, “divulgação ou elogio”, e “outros”. Os “*tweets* de Zero Hora.com” foram aqueles postados pelo próprio veículo no Twitter. Classificou-se como “*tweet* padrão” as mensagens que continham apenas a *hashtag*, sem acréscimos. Nesse caso, presumiu-se que a pessoa havia clicado no botão “Tuíte aqui” no site de Zero Hora.com e tuitado a mensagem padrão sugerida pelo sistema (“#memorial1109”) (Figura 2). Em “divulgação ou elogio” foram incluídas mensagens que usavam a *hashtag* para fazer comentários elogiosos ou ajudar a divulgar o especial multimídia de Zero Hora, tanto na forma de mensagens de usuários, como na forma de *retweets* feitos por usuários às mensagens postadas por ZH. Na categoria “outros” foram incluídos *tweets* que não se enquadravam nas categorias anteriores (como mensagens incompreensíveis ou fora de contexto).



Figura 2. Janela que aparece ao se clicar em “tuíte aqui” no site do especial de Zero Hora.

Fonte: http://www.clicrbs.com.br/zerohora/swf/torres_gemeas/index.html

Cada *tweet* foi classificado em apenas um critério (uso ou outros), e incluído em apenas uma categoria (uso, apropriação, desvio, *tweet* de Zero Hora.com, *tweet* padrão, elogio ou divulgação, ou outros). Também se procedeu à identificação de se a mensagem analisada consistia ou não em um *retweet*, ou seja, se era uma reprodução de mensagem originalmente postada por outrem, com identificação do autor original. Metadados dos *tweets* também foram colhidos, como data de postagem e geolocalização.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados encontrados na análise de conteúdo podem ser observados na Tabela 1.

TIPO DE TWEET	#	%
Uso	252	30,0
Apropriação	116	13,8
Desvio	78	9,3
Tweet de Zero Hora	11	1,3
Tweet padrão	195	23,3
Divulgação ou elogio	176	21,0
Outros	11	1,3
Total	839	100,0

Tabela 1. Tipos de tweets com a hashtag #memorial1109.

A maior parte dos *tweets* é de uso (30%), seguido de *tweet* padrão (23,3%), e de divulgação ou elogio (21%). Ainda que tenha havido apropriações (13,8%) e desvios (9,3%), os interagentes, em sua maior parte, procuraram seguir a proposta do veículo em seu especial multimídia (enviar mensagem de tributo às vítimas do atentado ao World Trade Center).

Nas mensagens classificadas como “uso” observa-se em geral pedidos de paz e de que o 11 de setembro de 2001 não se repita.

#memorial1109 que a intolerância e o preconceito sejam banidos da face da terra. é preciso muita generosidade e solidariedade para a PAZ¹⁹.

#memorial1109 Que a paz, e a tranquilidade sejam a base principal nas novas torres em NY. E tmb sejam a base do mundo, pra vivermos melhor!

Foram classificadas como “apropriação” atualizações que utilizavam a *hashtag* #memorial1109 para compartilhar outros aspectos relacionados ao 11 de setembro de 2001, como quando a *hashtag* acompanhava o relato sobre o que o usuário estava fazendo em 11 de setembro de 2001 quando soube do ataque às torres – prática comum no Twitter, que faz parte de um *meme* que se repete anualmente²⁰ (MIGOWSKI, 2012) –, para postar notícias sobre o 11 de setembro, e outros.

Eu lembro, que na hora do atentado, eu tava na Santa Casa de POA, junto com a minha mãe, esperando a minha vó sair do médico #Memorial1109

Em 11 de Setembro de 2001 estava eu assistindo Dragon-Ball Z #memorial1109

Siga a cobertura do @Rlopesreporter em Nova York nos dez anos dos ataques terroristas <http://t.co/z9Vuhan> #memorial1109

Em “desvio” foram incluídos *tweets* que usavam a *hashtag* para falar de outros assuntos, relacionados ou não, como o 11 de setembro de 1973, notícias sobre outras temáticas, ou piadas com a proposta de ZH (como ao levar ao pé da letra a sugestão e deixar uma mensagem para as vítimas em 11 de setembro de 2001, no terceiro exemplo abaixo).

Popular ativista chinesa é condenada a nove meses de prisão #memorial1109 <http://t.co/YyFM1kg> #folha

10 anos passam rápido... mas poucos se lembram do 11 de setembro chileno, quando Pinochet fez o golpe sobre Allende #memorial1109

Pula que vai cair. #memorial1109

Os *tweets* de “divulgação ou elogio” comentavam o especial em si ou convocavam outros interagentes a participar da ação coletiva.

#memorial1109 ajudem aí gente a reconstruir as torres gêmeas e páah PLEASE ajudem

Ótima iniciativa da ZH, vamos reconstruir!!! #memorial1109

Do total de mensagens analisadas, 167 eram *retweets* (19,9%), principalmente de *tweets* da própria Zero Hora, mas também de mensagens de paz (uso), e de desvio (críticas, questionamentos, etc.). As mensagens de *retweet* também eram incluídas no especial multimídia, pois continham a *hashtag*.

A distribuição de *tweets* por dia revela dados curiosos. A maior parte dos *tweets* foi postada no dia 09 de setembro de 2011 (443, ou 52,8%). A torre virtual do especial multimídia foi completada no dia 10 de setembro de 2011 (no qual houveram 257 *tweets*, ou 30,6% do total). Ao completar as torres, Zero Hora parou de divulgar a *hashtag* do especial multimídia no Twitter. Com isso, foram apenas 116 *tweets* (13,8%) no dia 11 de setembro de 2011, quando, enfim, completavam-se 10 anos do atentado às Torres Gêmeas.

Assim, de um modo geral, identificou-se que um número considerável de mensagens fugia à proposta inicial da organização jornalística (“reconstruir as torres gêmeas com mensagens em tributo às vítimas do 11 de setembro”), e algumas, inclusive, representavam uma forma de ativismo político, na medida em que usavam o espaço fornecido no especial multimídia para promover uma discussão acerca do “outro 11 de setembro”, o golpe de Estado que tirou Allende do governo do Chile em 1973.

Ainda que diversas motivações (SHIRKY, 2011) tenham levado os interagentes a participar da ação coletiva, observa-se que a organização atingiu, de fato, o objetivo pretendido: alcançar um número de mensagens suficientes para que as torres fossem reconstruídas virtualmente. O fato de a divulgação ter cessado após a reconstrução da torre reforça a ideia de que esse era o objetivo da ação. Mais do que promover a colaboração entre profissionais e amadores (ANDERSON, 2006; BELOCHIO, 2009) através do Twitter, Zero Hora pretendia, também, dar destaque a seu especial multimídia, a partir de contribuições de interagentes.

Em termos de memória coletiva (HALBWACHS, 2006), observa-se que a mesma construiu-se pela combinação de memórias individuais dos interagentes, a partir de *tweets* e *retweets*, e de usos, apropriações e desvios (LEMOS, 2001) à proposta da organização que revelam sentidos compartilhados pela coletividade. Lembranças quanto ao que se estava fazendo à época do acontecimento misturavam-se a mensagens desejando paz no tempo presente e atualizações relembando um outro 11 de setembro ainda anterior ao de 2001. Ao se apropriar da *hashtag*, os interagentes estavam se apropriando também do especial multimídia, de um pequeno bloco dentro do conteúdo editorial do jornal online, e ampliando os sentidos daquela construção.

Apesar das distintas apropriações e das possibilidades de alcance e divulgação permitidas pela ferramenta, foi possível perceber, pelo conteúdo das mensagens compartilhadas, que a utilização da *hashtag* ficou restrita a usuários dos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul²¹, âmbito de atuação do veículo proponente do especial. Sendo assim, foi possível apontar elementos da memória coletiva deste grupo em relação ao acontecimento, resgatando assim sentidos e significações atreladas a ele.

O 11 de setembro de 2001 teve impactos globais, e por isso mobilizou a opinião pública internacional na data em que se completaram 10 anos. Ao olhar para as reações expressas pelos usuários do Twitter em suas contribuições ao especial, percebe-se que o sentido de identidade, ou comunidade, conduziu de maneira significativa os tipos de conteúdos encontrados. Assim, apenas para citar alguns exemplos, pode-se indicar que algumas apropriações e desvios buscavam questionar a posição dos brasileiros em relação ao acontecimento.

Pelos tantos brasileiros que morrem assassinados a cada dia, sequer viram notícia e estão longe de ganhar um memorial. #memorial1109

Foda-se os EUA, tragédia são os impostos que pagamos #memorial1109

Além disso, devido ao fato de haver diferentes versões para o acontecimento, sobretudo em relação à autoria da tragédia e seus desdobramentos, muitas pessoas acabam por expressar-se conforme aquela que concordam. Sendo assim, formam-se comunidades “ideológicas”, que acabam por fundamentar as reações, sobretudo na forma de desvio.

Paz, por favor! Ouviu EUA? #memorial1109

E que o povo Estadunidense deixe de ser tão soberbo, achando que seus 3 mil mortos em 11/09/01 representam a população mundial #memorial1109

Dessa maneira, é possível problematizar o sentido de comunidade, seja geográfica ou simbolicamente determinada, como sugeriu Casadei (2009). Os conteúdos observados trazem elementos importantes para se compreender a representação da memória coletiva sobre o acontecimento nesse ambiente, uma vez que apresentam perspectivas e pontos de vista diferentes que acabam por ampliar o imaginário coletivo a respeito dos fatos.

Também é nesse sentido que muitos dos conteúdos que fizeram parte deste estudo demonstram um potencial de contextualização sobre o acontecimento, ou seja, complementam e ampliam as possibilidades de interpretação. Assim, no momento em que *tweets*, como os abaixo relacionados, podem conviver e são apresentados em um mesmo espaço, pode-se dizer que a compreensão sobre o acontecimento se amplia:

Se o amor pela religião causa isso, se a política causa isso. eu não amo e nem opino.
#memorial1109

#memorial1109...Que esta data lembre sempre que não há vencedores no uso da violência...

#memorial1109 RT P/vingar 2.996 mortos no 11/09, EUA já mataram 873.344 afegãos e iraquianos q nada tiveram a ver c/atentados.

Números, opiniões e sentimentos, bem como notícias e outras informações foram apresentados no especial em um mesmo nível hierárquico (na forma de um bloco que iria auxiliar na reconstrução das Torres Gêmeas), e puderam ser complementadas conforme o usuário ia explorando e lendo os *tweets*. Assim, ao contar com a participação e abrir espaço para apropriações e desvios (o que poderia ser barrado com um sistema de filtragem de conteúdos) Zero Hora.com expandiu e possibilitou que fosse elaborado um artefato midiático carregado de sentidos memoriais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho procurou discutir a representação da memória coletiva no âmbito da participação de interagentes pelo Twitter no especial multimídia “Reconstrua as Torres Gêmeas” do jornal Zero Hora. A participação se dava através da inclusão de uma *hashtag* específica (#memorial1109) em atualizações postadas no site de rede social Twitter.

O especial traz méritos como envolver a colaboração entre profissionais e amadores, e combinar recursos multimídia com participação do público e acionamento da memória no jornalismo online, explorando, ao mesmo tempo, em especial três características do jornalismo online: interatividade, multimidialidade e memória.

A partir de tais elementos percebe-se que o jornalismo online pode explorar de diferentes maneiras a questão da memória coletiva, principalmente como um fator de engajamento para a participação de seus interagentes. A memória coletiva, nos termos deste trabalho, encontra potencialidades importantes nos meios de comunicação digital, uma vez que traz visibilidade aos modos de atualização do acontecimento. Ao não seguir a proposta colocada pela instituição jornalística, que era a de deixar condolências às vítimas dos atentados, os indivíduos exerceram seu direito de opinar e trazer seu ponto de vista para a construção do fato. Esta atividade sem o suporte da comunicação em rede era possível apenas entre um grupo de proporções limitadas. Assim, a memória coletiva não se compromete com a verdade absoluta, mas sim com o que o acontecimento representa para uma coletividade. Afinal, como afirma Halbwachs (2006), não lembramos sozinhos.

De qualquer modo, ainda que a organização jornalística não tenha como controlar a emissão dos interagentes em sites de redes sociais, ela pode ter sua cobertura enriquecida por diferentes visões e perspectivas. A combinação de um especial multimídia com participação do público através de sites de redes sociais pode servir de complemento ao jornalismo online, de forma criativa e participativa.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, M. R. A construção da notícia. Petrópolis: Vozes, 2009.
- ÁLVARES, C. O 11 de setembro como mega-acontecimento: um desafio à globalização. *Caleidoscópio*, n. 5-6, 2005. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/2242>>. Acesso em 20 ago. 2012.
- ANDERSON, C. *The Long Tail*. Londres: Random House, 2006.
- BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BELOCHIO, V. *Jornalismo colaborativo em redes digitais: estratégia comunicacional no ciberespaço. O caso de Zero Hora.com*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2009.
- CASADEI, E.B. Os Novos Lugares de Memória na Internet As Práticas Representacionais do Passado em um Ambiente On-line. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, 2009. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/Casadei_memoria_Internet.pdf>. Acesso em 23 jan. 2012.
- DUTTA-BERGMAN, M.J. Community Participation and Internet Use after September 11: Complementarity in Channel Consumption. *Journal of Computer-Mediated Communication*, n.11, v.2, 2006. Disponível em <<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/dutta-bergman.html>>. Acesso em 23 jan. 2012.
- HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2006.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LE MOS, A. Apropriação, desvio e despesa na cibercultura. *Revista FAMECOS*, n.15, v.1. Porto Alegre, 2001.
- LONGHI, R. Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. *Estudos em Comunicação*, n.7, v.2, pp.149-161, 2010. Disponível em <<http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/longhi.pdf>>. Acesso em 10 nov. 2011.
- MACHADO, E. Sistemas de circulação no ciberjornalismo. *Eco-Pós*, n.11, v.2, 2008.
- MALTA, R. A Interatividade Como Protagonista na Current TV: Uma Nova Forma de Fazer Televisão. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2010.
- MIGOWSKI, A. L. Onde você estava em 11/09/2001? Traços da memória coletiva na Web. In: VII Simpósio Nacional do Centro de Memórias Unicamp. Campinas, 2012.
- PALACIOS, M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In Machado, E. & Palacios, M. (Orgs.). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PALACIOS, M. Convergência e memória: jornalismo, contexto e história. *MATRIZES*, n.4, v. 1, 2010. Disponível em <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/173/290>>. Acesso em 23 jan. 2012.

SALAVERRÍA, R. Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2001. Disponível em <http://web.archive.org/web/20081102200743/http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm>. Acesso em 25 fev. 2012.

SHIRKY, C. *A cultura da participação*. Rio de Janeiro: Zahar 2011.

WEBER, C.T. Formatos hipermediáticos e redes sociais: apropriações em três webjornais de referência. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). UFSC, Florianópolis, 2011. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/81212457/Formatos-Hipermediaticos-Webjornalisticos-BU>>. Acesso em 20 ago. 2012.

ZAGO, G. Apropriações jornalísticas do Twitter: a criação de mashups. *Mediação*, n.10, v.9, 2009. Disponível em <<http://www.fumec.br/revistas/index.php/mediacao/article/view/295/292>>. Acesso em 23 jan. 2012.

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

NOTAS

- 1 Como no caso das postagens feitas em blog pelo jornalista Rodrigo Lopes, enviado especial do jornal para cobrir os 10 anos do 11 de setembro de 2001 direto de Nova York: <http://wp.clicrbs.com.br/rodrigolopes/category/11-de-setembro/>
- 2 <http://wp.clicrbs.com.br/doleitor/category/leitor-reporter/?topo=13,1,1,,13>
- 3 <http://oglobo.globo.com/participe/>
- 4 Tecnologia da Adobe utilizada para criação de conteúdos interativos que funcionam em um navegador web.
- 5 Linguagem para estruturação e apresentação de conteúdo na web, corresponde à quinta versão da linguagem HTML, desenvolvida e mantida por um consórcio de empresas de tecnologia.
- 6 <http://edant.clarin.com/diario/especiales/>
- 7 Pertencente ao grupo RBS, é o maior jornal, em termos de circulação, da região Sul do Brasil, e sexto maior do país (Fonte: ANJ, dados de 2010, <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/moiores-jornais-do-brasil>).
- 8 <http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/bibliotecamultimedia/capa,0,0,0,0,Capa.html>
- 9 Um exemplo é este vídeo, que foi filmado de dentro de um apartamento próximo ao World Trade Center, em Nova Iorque: <http://www.youtube.com/watch?v=wNNTcHq5Tzk>
- 10 O termo “testemunho” pode ser entendido como um depoimento, uma expressão de sentimento ou opinião sobre o acontecimento.
- 11 Tradução de: “Technology serves as a facilitator, as an infrastructural tool that gets used by actively engaged individuals”.

- 12 <http://g1.globo.com/11-de-setembro/>
- 13 <http://veja.abril.com.br/tema/11-de-setembro-10-anos-depois>
- 14 <http://www1.folha.uol.com.br/especial/2011/10anosdo11desetembro/>
- 15 <http://topicos.estadao.com.br/11-de-setembro>
- 16 <http://noticias.terra.com.br/mundo/11-de-setembro-10-anos>
- 17 À época do estudo, disponível em <http://twapperkeeper.com>
- 18 <http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/mundo/noticia/2011/09/reconstrua-as-torres-gemeas-com-mensagens-em-tributo-as-vitimas-do-11-de-setembro-3480385.html>
- 19 Os tweets foram mantidos em sua grafia original e expressam opinião de seus respectivos autores.
- 20 No dia 11/09 de cada ano, usuários costumam dizer, por exemplo: “Há X anos eu estava...quando soube do ataque às Torres Gêmeas”, podendo conter ou não uma hashtag.
- 21 Dos três tweets geolocalizadas, dois eram de Santa Catarina e um do Rio Grande do Sul.

Artigo recebido: 15 de setembro de 2012

Artigo aceito: 23 de janeiro de 2013