

#SOMOSTODOSNEYMAR: MOBILIZAÇÃO SOCIAL NO TWITTER

Ronaldo Josue Faller¹

Resumo

Este artigo pretende mostrar a processualidade e a movimentação de um ciberacontecimento produzido pelos atores sociais e tem como objetivo compreender esta nova configuração de produção de notícia através das redes. A *hashtag* #forçaNeymar tomou forte mobilização no Twitter durante a Copa do Mundo de Futebol 2014, ocorrida no Brasil. Através deste estudo foi possível analisar a processualidade e movimentação das redes sociais através do ativismo em rede no Twitter. Para entender este fenômeno, foram estudados conceitos de acontecimento, ciberacontecimento e suas replicações.

Palavras-chave: Acontecimento, ciberacontecimento, mobilização, Twitter.

Abstract

This article aims to show procedures and movements of a cyber-event produced by social actors and aims to understand this new production configuration of news via computing networks. The hashtag #forçaNeymar took strong mobilization on Twitter during the FIFA World Cup 2014 held in Brazil. Through this study it was possible to analyze the procedures and movement of digital social networks through the massive activism on Twitter. In order to understand this phenomenon we studied concepts such as of event, cyber-event and their replications.

Keywords: Event, cyber-event, mobilization, Twitter.

Introdução

Ao observar e vivenciar o cotidiano da sociedade brasileira é possível verificar que as redes sociais atuam com enorme potencial persuasivo, tornando-se cada vez mais populares na comunicação social. Nas conversas do dia a dia, notam-se a abrangência e a penetração social que as redes sociais alcançam. Como um telejornal, que noticia, informa, as redes sociais, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, em geral, atuam de forma profunda nas estruturas sociais e como qualquer outro meio de comunicação pautam a comunicação de seu público.

A pauta das conversas interpessoais é sugerida pelos jornais, televisão, rádio e internet, propiciando aos receptores a hierarquização dos assuntos que devem ser pensados/falados. A realidade social passa a ser representada por um cenário montado a partir dos meios de comunicação de massa (KESKE, 2001, p. 149).

Keske (2008), em seu artigo *Práticas Sociais da Vida Cotidiana: o processo comunicacional em perspectiva dialógica*, comenta que a partir do período de transição ao século XIX surgiu a necessidade de manter redes de controle e ao mesmo tempo foram se

¹ Mestrando em Mídia e Processos Sociais do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Pós-graduando em Mídias na Educação pelo Instituto Federal de Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense e jornalista (Feevale). E-mail: faller.ronaldo@gmail.com

encurtando as distâncias e promovendo a instantaneidade nas comunicações. Com essa proposta, surgiu o telégrafo, o cabo submarino, o telefone, a eletricidade, o rádio e o posteriormente a internet.

Ressalta Keske (2008, p. 12) que todos esses meios de transmissão da comunicação proporcionam uma fantástica rede técnica de interconexões de fios, cabos, fibras óticas, satélites, que engloba todo o planeta e interliga todos os seres humanos. Ressalta ainda que esta estrutura modifica o indivíduo em sua forma de pensar e conceber o mundo, alterando a própria gênese da vida, indissociada de uma comunicação em rede.

De acordo com Alsina (2010, p.111), “a produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento”. É visível na sociedade atual a mudança na forma como o público e as próprias mídias estão produzindo, fazendo circular e consumindo informações. Os consumidores de notícias também são agentes de agendamento, provocando acontecimentos que emergem nos sites de redes sociais e circulam, até serem construídos pelas mídias tradicionais e transformados em acontecimentos jornalísticos. Para Castells (2003, p.7), “[...] a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, [...] distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana”.

Para Castells (2003, p.10), “as instituições, as companhias e a sociedade em geral transformam a tecnologia, qualquer tecnologia, apropriando-a, modificando-a, experimentando-a”. A internet transforma o modo como nos comunicamos, e a maneira como vivemos é afetada por essa nova tecnologia da comunicação. Essas novas formas de comunicabilidades vão se enraizando em nossas práticas de interações sociais. Internet, redes de comunicação possibilitam esse atravessamento e desenvolvimento dessas técnicas e o desenvolvimento destes aparatos, programas, aplicativos que se desenvolvem em uma velocidade voraz, assim como nossas habilidades e necessidades na temporalidade atual. Dentro deste contexto, iremos compreender o processo de construção de um movimento de ativismos e mobilização social através do Twitter, acompanhando este processo desde o seu acontecimento, a mobilização nas redes e suas afetações sociais.

Acontecimento

Caso, evento, fato e ocorrência são seus sinônimos. O acontecimento, segundo Quéré (2005, p. 60), “é tratado como ‘um fenômeno de ordem hermenêutica’, ou seja, a partir deste revelam-se possibilidades de sentido”. E ainda Quéré (2005) destaca que todo acontecimento produz sentidos e experiências e instala questões problemáticas.

O acontecimento não é jamais transmitido em seu estado bruto, pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores, pela maneira de encerrá-los em categorias de entendimento, pelos modos de visibilidade escolhidos (CHARAUDEAU, 2009, p. 151).

No decorrer dos últimos anos, segundo Höehr (2013, p. 37), vários acontecimentos tiveram origem na comunicação em rede, sejam eles assuntos sociais, políticos e econômicos, como a Primavera Árabe, Occupy Wall Street e os riots de Londres, ou social e de entretenimento, a exemplo “Pedro cadê meu chip?”, “Cala boca Galvão” e “Luiza do Canadá”. Um desses mais recentes, e não menos importante, foi o caso Edward Snowden, o acontecimento internacional do ano 2013: o caso ficou conhecido como o escândalo das escutas. Segundo o Portal G1 (2014), o ex-técnico da CIA Edward Snowden, de 29 anos, é acusado de espionagem por vazar informações sigilosas de segurança dos Estados Unidos e revelar em detalhes alguns dos programas de vigilância que o país usa para espionar a população americana – utilizando servidores de empresas como Google, Apple e Facebook – e vários países da Europa e da América Latina, entre eles o Brasil, inclusive fazendo o monitoramento de conversas da presidente Dilma Rousseff com seus principais assessores.

A disseminação e popularização da internet e os avanços que esta tem apresentado nos últimos anos, o uso das mídias locativas, que permitem uma aproximação viva com os acontecimentos, transmitindo, muitas vezes, em tempo real falas e imagens, constituem-se como elementos vitais no funcionamento e na rotina jornalística. “Assim, cada cidadão em potencial é produtor de informação, não importando se com intenções ou com ambições jornalísticas, mas atuando de alguma forma no campo do jornalismo ou muito próximo dele” (MIELNICZUK, 2013, p. 123).

Com o aumento do uso das plataformas digitais para a prática da relação e interação social, novas formas de se relacionar e compartilhar as informações surgiram, transformando maneiras de expressão e a relação de poder existente na sociedade. Com isso, criou-se uma nova organização social, onde a virtualidade e a conexão com o ciberespaço estão disponíveis a qualquer momento.

Defende Debord (1997, p. 13) que toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos; tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação. Tal representação se evidencia no modo de viver o tempo presente.

O tempo do poder em rede é o tempo real (*real time*), do processo contínuo, onde tudo e todos devem “funcionar” 24 horas por dia, sete dias por semana como destaca Munro (2000,

p. 692), formadas de trabalho flexível ou teletrabalho, permitindo que o “escritório invada o tempo dedicado ao lazer e os lares das pessoas muito mais sutilmente do que a fábrica conseguiu” (MUNRO, 2000, p. 692).

Essas relações de poder definidas por Castells (2009, p.82) podem ser encontradas no campo do jornalismo: o poder de difusão das informações, que antes era disputado pelas empresas de comunicação, hoje está também nas mãos do público, com a inserção dele nas redações. A rede possibilitou essa mudança na estrutura de tempo e espaço em que a sociedade vivia e fortaleceu a velocidade e o poder que esta sociedade exercia sobre os meios de comunicação considerados tradicionais como as grandes organizações jornalísticas.

Ciberacontecimento

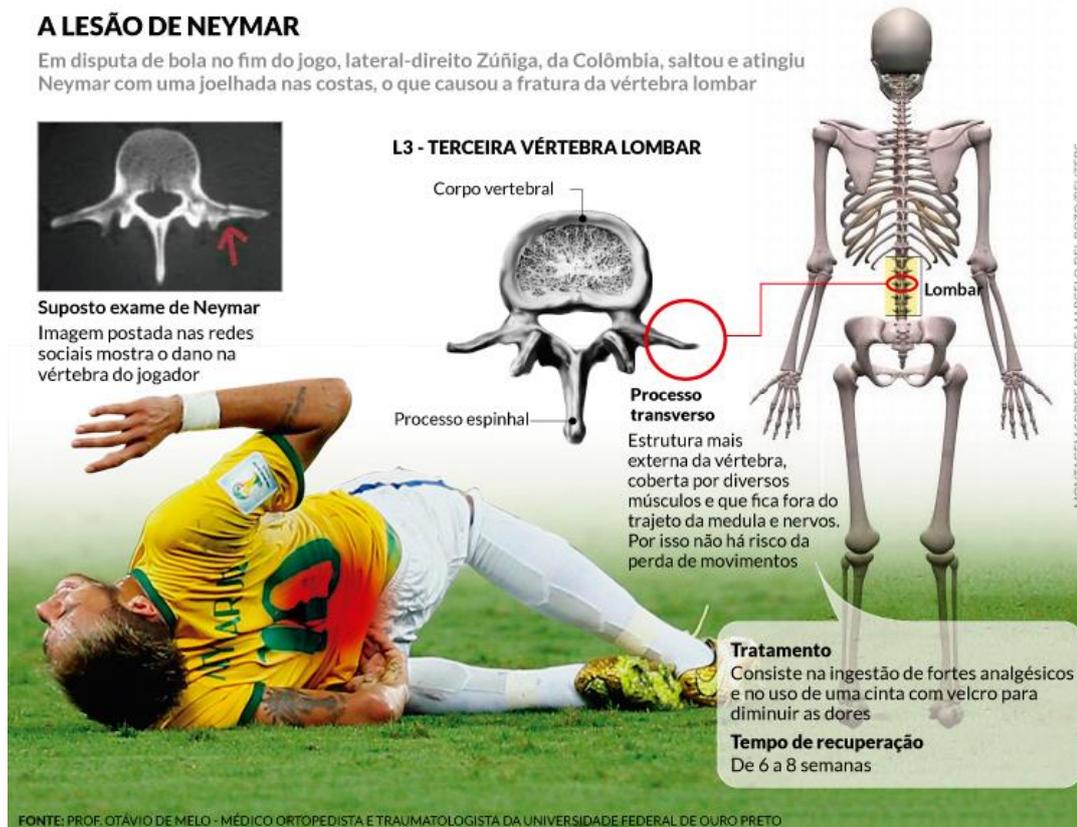
A *hashtag* (#), segundo Höehr (2013, p. 31), é um ícone utilizado como filtro, que coloca todos os participantes que a utilizam num espaço fragmentado dentro desse ambiente semiótico. É ali que as pessoas conseguem identificar tudo o que está sendo falado sobre aquele assunto tagueado. Atualmente existem muitas ferramentas para a coleta de informações de hashtag, existe um monitoramento constante nas redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, por exemplo.

Com as fontes de monitoramento de *hashtag* (#) é possível captar as movimentações sociais de massa pelas redes digitais de comunicação. Temos também a nossa disposição os dados e cartografia desses movimentos nas redes sociais e internet, através do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), dentre outras ferramentas disponíveis. Segundo Malini (2014), o *Twitter* é a principal plataforma de difusão de informações indexadas com a *hashtag*.

Observando as *hashtags* no *Twitter*, destaco o movimento massivo da *hashtag* #forçaneymar foi a mais citada após fratura da vértebra do jogador. O mesmo foi atacado pelo jogador colombiano na partida das oitavas de final da Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014, realizada no Brasil, no jogo contra a Colômbia.

O jogador foi vítima de uma forte joelhada na região da coluna, saiu carregado de maca ainda no segundo tempo e seguiu para um hospital próximo ao estádio Castelão. Em uma disputa com o jogador Zúñiga, da Colômbia, Neymar Jr. acabou fraturando uma vértebra lombar e ficou fora do mundial. Logo em seguida, surgem mensagens de apoio ao jogador e de agradecimento, lhe desejando uma rápida recuperação. Torcedores de todo o mundo usaram a *hashtag* #ForçaNeymar no *Twitter*.

Em infográfico publicado pelo Portal superesportes.com, no dia 4 de julho de 2014, o leitor foi convocado a entender a lesão de Neymar:



Infográfico – Fratura de Neymar - Disponível em: <<http://www.superesportes.com.br>>

Após toda a agitação de um acontecimento que estava sendo transmitido ao vivo através da televisão e internet, em pleno evento Mundial, na Copa FIFA do Mundo de Futebol 2014, a narrativa Neymar na Copa foi sendo transmitida como uma novela, tanto por inserções televisivas e principalmente pela internet.

Ao lado do médico da seleção, José Luiz Runco, Neymar chegou ao Hospital São Carlos às 19h20m. Por volta das 20h30m, saiu o resultado do exame que indicou que o atacante está fora do Mundial. [...] O craque deixou o hospital por volta das 21h30m para se juntar ao resto da delegação brasileira. A seleção embarcou para o Rio e chegou na Base Aérea do Galeão por volta de 1h20m. A delegação seguiu então para a Granja Comary, em Teresópolis, sob aplausos de torcedores e aos gritos de “**força Neymar!**”. O atacante viajou de ambulância, por causa dos cuidados com a fratura, acompanhado do pai (O GLOBO, 2014, Trecho de notícia, Postado em 05/07/2014 16:27 – grifo do autor).

Esse acontecimento roteirizado fez o termo chegar aos *trends globais*, liderando como assunto mais comentado no *Twitter* não só no Brasil. A *hashtag* #ForçaNeymar atingiu 16k *tweets*, como podemos visualizar na imagem abaixo:



Figura 1 – #ForçaNeymar no Twitter - Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/>>

A visibilidade gera novos possíveis, pois é na disseminação de informações que se encontra também a possibilidade de identificação de determinadas demandas, como demandas globais, visto que “[...] vivemos numa época de mundialização, todos os nossos grandes problemas deixaram de ser particulares para se tornarem mundiais [...]” (MORIN, 1999, p.19).

As imagens mais compartilhadas no domingo, 6 de julho de 2014, sobre a Copa do Mundo, no *Twitter*, traziam mensagens de apoio ao atacante Neymar. A imagem mais compartilhada do dia foi um trecho, em inglês, do pronunciamento do jogador após o incidente da partida contra a Colômbia. A segunda mais compartilhada foi uma imagem dos jogadores da Seleção Brasileira homenageando Neymar durante um treino, e foi publicada pelo perfil oficial da CBF. A terceira imagem mais compartilhada é uma charge do jogador junto com o mascote oficial da Copa, o Fuleco. Homenagens ao atacante voltam a aparecer nas imagens número 7, 8 e 9, sendo a de número 8 publicada pelo perfil oficial do jogador David Luiz, colega de Neymar na seleção.

O jogador alemão Lukas Podolski, que enfrentou a Seleção Brasileira na semifinal da Copa, emplacou a quarta imagem mais compartilhada, que foi publicada em seu perfil oficial.

Enquanto a imagem 9 destaca o espírito solidário da competição, com torcedores argentinos torcendo pela recuperação de Neymar, a número 5 foca na rivalidade entre as seleções que se enfrentam nos confrontos decisivos das quatro melhores equipes da Copa. Já os momentos inusitados da Copa continuam presentes, nas imagens 6 e 10, que foram publicadas várias vezes, com diferentes legendas de humor.



Imagem 1



Imagem 6



Imagem 2



Imagem 7

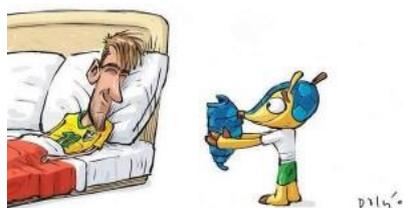


Imagem 3



Imagem 8

 <p>Imagem 4</p>	 <p>Imagem 9</p>
 <p>Imagem 5</p>	 <p>Imagem 10</p>

Tabela Criada pelo autor - Fonte: Labic

Segundo Jenkins (2009), os cibercontencimentos passam a compor a narrativa jornalística desse acontecimento alterando sua própria dinâmica, narrativa essa de caráter transmidiático característico desses tempos de convergência. De acordo com a reflexão acima, cabe destacar que no Jornal Nacional do dia 5 de julho de 2014, no texto da apresentadora Patrícia Poeta, que diz: “Nas redes sociais, a falta em Neymar foi o assunto mais discutido”, então de acordo com o Jenkins, devido a tempos de convergência a narrativa transmidiática deste acontecimento adentra, servindo de pauta ao JN da Rede Globo. Essa narrativa do cibercontencimento introduzia uma entrevista realizada com o técnico da Seleção Brasileira de Futebol, Luiz Felipe Scolari. O conceito de cibercontencimento detecta marcas da interação mediada por computador (PRIMO, 2011 e 2013), que transformam o cibercontencimento em acontecimento jornalístico.

Multiplicam-se artigos híbridos que delineiam tramas de ciência política, economia, direito, religião, técnica, ficção. Se a leitura do jornal diário é a reza do homem moderno, quão estranho é o homem que hoje reza lendo estes assuntos confusos. Toda a cultura e toda a natureza são diariamente reviradas aí [...] (LATOUR, 1994, p.8).

Toda essa movimentação nas redes, onde cada indivíduo atua como ator presente nesse processo de comunicação, surge através de suas reproduções, ou melhor, representações de identidades, os chamados memes, que são considerados como uma unidade de “informação” que se multiplica de “cérebro” em cérebro ou entre locais onde a informação é armazenada (como livros). Segundo Dawkins (2007), em respeito à sua funcionalidade, “o meme é considerado uma unidade de ‘evolução cultural’ que pode de alguma forma auto propagar-se”. O estudo dos modelos evolutivos da transferência de informação é conhecido como memética.

Exemplos de memes são melodias, ideias, expressões, estilos de roupa, maneiras de fazer potes ou construir arcos. Assim como os genes se propagavam no pool gênico saltando de corpo em corpo via espermas ou óvulos, os memes se propagam no pool memético saltando de cérebro em cérebro por um processo que, no sentido mais amplo, pode ser chamado de imitação. Se um cientista ouve falar ou lê a respeito de uma ideia, ele a transmite para seus colegas e alunos. Ele a menciona em seus artigos e palestras. Se a ideia for bem sucedida, pode-se dizer que ela se propaga, espalhando-se de cérebro em cérebro (DAWKINS, 1979, p. 214).

Frequentemente nos deparamos nas redes sociais com essas representações, abaixo, podemos visualizar as imagens, extraídas do *Twitter*, no espaço #Força Neymar, exemplos destas representações de memes nas redes:



Figura 2 – #ForçaNeymar no Twitter - Disponível em: < <https://twitter.com/hashtag/forçaneymar/> >

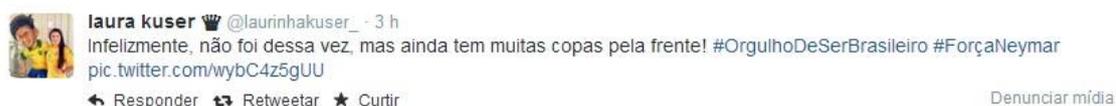


Figura 3 – #ForçaNeymar no Twitter - Disponível em: < <https://twitter.com/hashtag/forcaneymar/>>

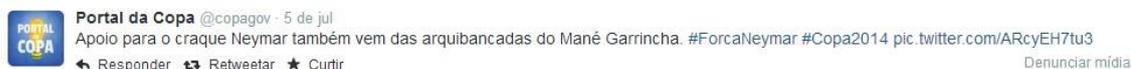


Figura 4 – #ForçaNeymar no Twitter - Disponível em: < <https://twitter.com/hashtag/forcaneymar/>>

Acontecimentos que apresentam as marcas das redes sociais digitais são chamados de ciberacontecimentos (ARIAS, 2008; HENN, 2011; JUNGBLUT, 2011). Há uma nova configuração de acontecimento presente, que é produzido pelas redes sociais na internet, que se constitui na sociedade, produzido pelo público que altera o processo comunicacional e desestruturam as práticas jornalísticas.

Essa nova dinâmica está tensionando o processo comunicacional, reconfigurando a construção do acontecimento jornalístico, promovendo uma autoria participativa

(MIELNICZUK, 2013), um processo mais inclusivo, e fazendo com que a informação flua em diversos canais e em múltiplas direções. Essa cultura desafia as mídias tradicionais a se adaptarem e os jornalistas a adequarem as práticas jornalísticas e a aceitarem a colaboração do público em todo o processo comunicacional.

Diante destes apontamentos, se faz necessário o estudo sobre este fenômeno, que surge de forma espontânea e ganha enorme força, como uma avalanche. E em tempos de disseminação de informações, a todo o momento, em um mundo midiaticizado, surgem novos ciberacontecimentos que dia a dia vão tomando força e chegam pautando nossas conversas, influenciando as práticas jornalísticas e culturais de nossa sociedade.

Considerações finais

Considerando que os meios tradicionais ainda apresentam um papel predominante na definição das agendas midiáticas, é perceptível que os acontecimentos e os ciberacontecimentos atuam como um novo canal de comunicação e informação através das redes sociais. Essa cultura desafia as mídias tradicionais a se adaptarem e os jornalistas a adequarem as práticas jornalísticas e a aceitarem a colaboração do público em todo o processo comunicacional.

A *hashtag* #forçaneymar teve um potencial de criar uma ambiência de mobilização social em rede. Através do ciberacontecimento e pela configuração de memes houve a afetação dos processos comunicacionais, que foram produzidos pelos atores sociais, instaurando assim novas circulações. As replicações de apoio foram fonte para a produção de memes que circulavam tanto nas redes, como dentro dos estádios, nas partidas da Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014.

Um movimento atípico dos demais ciberacontecimentos ocorreu neste processo: os memes saíam e voltavam às redes sociais. Em especial, esta manifestação de apoio ao jogador interferiu diretamente nas relações sociais e no cotidiano dos atores sociais. Exemplo disto foram os cartazes dentro e fora da rede e até mesmo a reprodução da máscara do jogador foram marcas fortes da mobilização em prol ao apoio ao jogador lesionado. Além disso, a #forçaneymar se configura como um ciberacontecimento vigilante, através da #, das redes sociais, do humor, da brincadeira, há um monitoramento do jogador, da seleção, da vida privada, da doença, deste jogador. Este agenciamento midiático, em especial, envolveu os atores sociais, através da *hashtag* #SOMOSTODOSNEYMAR, tornando-os cidadãos que olham como um voyeur. Percebe-se então que há um processo social novo instaurado que é da ordem do comunicacional e que afeta as sociabilidades.

Referências

- ALSINA, Rodrigo Miquel. *A construção da Notícia*. Petrópolis; Vozes, 2010.
- ARIAS, Rafael D. *La formación de la realidad: notícia, acontecimiento midiático, ciberacontecimiento*. Paper apresentado no III Congresso de Periodismo en la Red. Madrid, 2008.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick. *O Discurso das Mídias*. São Paulo: Editora Contexto, 2009.
- CRUZ, Melissa. *Portal Techtudo*. No twitter, hashtag #forçaneymar é a mais citada após fratura de vértebra. 7 jul. 2014. Disponível em: < <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/07/no-twitter-hashtag-forcaneymar-e-mais-citada-apos-ida-para-hospital.html>>
- DAWKINS, Richard. *O Gene Egoísta*. Tradução de Rejane Rubino. São Paulo: Companhia das Letras, 2007 [1979].
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- G1, Portal. *Portal G1*. Entenda o caso de Edward Snowden, que revelou espionagem dos EUA. 2 jul. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/07/entenda-o-caso-de-edward-snowden-que-revelou-espionagem-dos-eua.html>>.
- HAACKE, Verônica. *Labic*. Neymar e jogo da Argentina estão nos assuntos do top 10 imagens do dia 5 de julho. 6 jul. 2014. Disponível em: < <http://www.labic.net/copa-do-mundo-2/neymar-e-jogo-da-argentina-estao-nos-assuntos-do-top-10-imagens-do-dia-5-de-julho/> >
- HENN, Ronaldo. Acontecimento em rede: crises e processos. In: Bruno Leal, Elton Antunes e Paulo Vaz. *Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos*. Vol. Florianópolis: Insular, 2011, p. 79-96.
- HÖEHR, Kellen Mendes. *A construção de notícias no Twitter: ciberacontecimentos, fluxos e apropriações jornalísticas*. Dissertação de mestrado. Universidade do Vale dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, RS, 2013. Disponível em: < <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000007/000007F5.pdf>>
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Tradução Susana Alexandria. 2ª edição, São Paulo: Aleph, 2009.
- JUNGBLUT, Airton L. Ciberacontecimentos: reflexões etnográficas sobre o extraordinário no mundo on-line. *Civitas – Revista de Ciências Sociais*. Porto Alegre. Vol. 11. N. 2. p. 361-372. 2011.
- KESKE, Humberto I. Título oculto derruba ministro da justiça Zero Hora versus Correio do Povo na persuasão do leitor nosso de cada dia. *Revista FAMECOS/PUCRS*, Porto Alegre, n. 16. p. 148-160. 2001. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3145/2416>>.

_____. Práticas Sociais da Vida Cotidiana: o processo comunicacional em perspectiva dialógica Intexto. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 19, p. 1-15, 2008. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/8010>>.

LATOURE. *Jamais fomos modernos*: ensaio de Antropologia Simétrica. São Paulo: Editora 34, 1994.

MALINI, Fabio. *Labic*. Rede de hashtags do #15M no Twitter. 16 mai. 2014. Disponível em: <<http://www.labic.net/grafos/rede-de-hashtags-do-15m-no-twitter/>>

MIELNICZUK, Luciana. O celular afronta o jornalismo. In: MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana (orgs). *Jornalismo e tecnologias Móveis*. Covilhã: Livros LabCom. 2013

MORIN, Edgar. Da necessidade de um pensamento complexo. IN: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. (ORGs.) *Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura*. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 1999. 288p.

MUNRO, Iain. Non-disciplinary Power and the Network Society. *Organization*, v. 7, n. 4, p. 679-695, 2000.

OGLOBO, Portal. Jogador foi atingido por joelhada violenta do colombiano Zuñiga no fim da partida. 05 jul. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/esportes/copa-2014/neymar-sofre-fratura-na-coluna-esta-fora-da-copa-do-mundo-13141437#ixzz37xq8udej>>

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. 3ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, Alex (org.). *Interações em rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

QUÉRÉ, Louis. Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento. In: *Trajectos*, Revista de Comunicação, Cultura e Educação, nº 6, p. 59-76, 2005.