Separação de #fatimabernardes e #bonner: as circulações em rede das hashtags e um conteúdo ressignificado

Letícia Franciele Rossa
Melina da Silveira
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Palavras-chave: Circulação; Twitter. Hashtag; Fátima Bernardes; William Bonner.

RESUMO EXPANDIDO

Na segunda-feira, dia 29 de agosto de 2016, os jornalistas Fátima Bernardes e William Bonner, vinculados à Rede Globo, anunciaram sua separação matrimonial por meio da rede social twitter. Eles estavam casados há 26 anos. Ambos publicaram o mesmo texto, dividido em três posts, cada um em sua conta pessoal, ao mesmo tempo. O primeiro post (às 17h33) e o segundo e terceiro às (17h34) diziam:

[1] "Em respeito aos amigos e fãs que conquistamos nos últimos 26 anos, decidimos comunicar que estamos nos separando".

[2] "Continuamos amigos, admiradores do trabalho um do outro e pais orgulhosos de três jovens incríveis".

[3] "É tudo o que temos a declarar sobre o assunto. Agradecemos a compreensão, o carinho e o respeito de sempre. Fátima e William".

O anúncio, feito pela rede social twitter, foi suficiente para, na internet e fora dela, se espalhar pela sociedade. No caso da internet, foi a principal pauta nos sites de notícias, revistas, jornais e, principalmente de fofoca, mas, também, foi assunto recorrente nas redes sociais. De acordo com o site da Revista Glamour, o twitter divulgou ao portal que o divórcio dos jornalistas recebeu 709.433 menções (sem especificar datas exatas) – enquanto o impeachment da ex-presidente Dilma, ocorrido no mesmo dia, registrou 287.945. Ou seja: a separação rendeu 421.488 menções a mais daquele que seria o grande acontecimento da data.

As hashtags utilizadas pelos usuários do twitter variam, mas concentram-se nos nomes dos jornalistas escritos de modo distinto: #fatima, #bonner, #fatimaebonner #fatimabernardes, #williambonner, por exemplo. Neste trabalho, objetivamos selecionar duas: #fatimabernardes e #bonner, analisadas com o auxílio da ferramenta keyhole[2] a fim

[2] Keyhole.com é uma ferramenta que apresenta métricas do twitter. É possível obter resultados através de palavras-chave, hashtags ou URLs, como dados demográficos e localização dos usuários. A versão utilizada para a pesquisa foi a oferecida gratuitamente.

de obter métricas. Foram observadas as postagens com fotos ou vídeos curtos, que se configuram como *memes*. Para cada hashtag foram colhidas, respectivamente, as cinco postagens com maior número de retweets e curtidas. O período de análise compreendeu os dias entre 29 de agosto e 6 de setembro de 2016.

A proposta que trazemos, a partir desta coleta inicial, é analisar os sentidos que emergem destas hashtags no processo de circulação – uma circulação que vai ao encontro da propagação sugerida por Jenkins (2009), quando este trata das táticas desta propagação e dos circuitos que percorrem dado conteúdo em rede. Ele pontua que a circulação está ativamente relacionada à participação ativa dos consumidores. Ou seja: a demanda de interesses de quem absorve determinada informação (neste caso, o casamento de Fátima e Bonner) interfere na dimensão desta circulação em rede (ou, ainda: o que circula mais, importa mais).

Este processo coletivo de consumo proposto por Jenkins (2009) indica, ainda, que a circulação se expande além das fronteiras da rede: a partir do que se vê na televisão, por exemplo, se constroem tweets que, por sua vez, são motivo de discussão e conversa em caráter pessoal, no "boca a boca". Esta circulação de hashtags, no sentido de propagação, se dá, também, a partir de uma inteligência coletiva, que "[...] pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência" (JENKINS, 2009, p. 30).

A análise deste estudo consiste, portanto, em rastrear o conteúdo propagado no Twitter com as hasgtags #fatimabernardes e #bonner (seja textual ou imagético/de memes), como estes surgiram na rede e o modo pelo qual foram se modificando durante a semana de análise. Será considerada, neste contexto de circulação midiática, a ressignificação destas informações e suas diversas apropriações por seus consumidores.

Esta configuração do que se forma a partir de um "algo" (neste caso, o "algo" é a circulação do conteúdo de Fátima e Bonner) é considerada por Braga (2012) como o fluxo adiante. Este conceito será considerado com o propósito de compreender uma sociedade em vias de midiatização que transforma em um *meme*, uma hashtag ou um novo conteúdo uma informação que, a priori, é igual para todos: Fátima e Bonner se separaram.

> Esse "fluxo adiante" acontece em variadíssimas formas – desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples "conversa de bar" sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de

> debates, análises, polêmicas – em processo agonístico; a esforços de sistematização analítica ou estudos sobre o tipo de questão inicialmente exposta; passando ainda por outras e outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente a circulação que se manifesta nas redes sociais (BRAGA, 2012, p. 39-40).

Esta circulação mencionada por Braga (2012) foge da natureza até então tradicional da informação, em uma lógica vertical em que veículos de massa inserem dado conteúdo em seu público receptor e passivo. A partir destas circunstâncias novas, de acordo com o autor, recepção e produção saem de um sistema independente e separado de existência para coexistir: ou seja, a linha cronológica em que determinado conteúdo inicia com o produtor e segue até o receptor se rompe neste macro-ambiente de interação social: aqui, todos produzem (a seu modo) e todos recebem (a seu modo).

> […] a rigor, não é "o produto" que circula – mas encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta. O produto, entretanto, é um momento particularmente auspicioso da circulação – justamente porque, consolidado em sua forma que permanece (e que se multiplica, na sociedade em midiatização), pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços (BRAGA, 2012, p. 41).

Neste cenário de circulação em um processo midiático crescente, estas novas dinâmicas e percepções sobre o produto e as apropriações de consumidores que se inserem, também, na posição de produtores, conferem uma espécie de protagonismo à ideia de circulação em rede.

> A circulação deixa de ser um elemento "invisível" ou "insondável" e, graças a um trabalho complexo de linguagem e técnica, segundo operações de dispositivos, explicita sua "atividade construcionista", gerando pistas, intuindo novos objetos e, ao mesmo tempo, procedimentos analíticos que ensejem a inteligibilidade do seu funcionamento e dos seus efeitos (FAUSTO NETO, 2010, p. 3).

Este movimento do conteúdo em rede, que gera novos significados ao "algo" já dado, faz emergir sentidos próprios a cada sujeito que se apropria da informação. Estes sentidos (que também serão considerados nesta análise) são percebidos por meio do discurso deste conteúdo, a partir do que aponta Anselmiro (2010, p. 37, tradução nossa): "Essa forma de conceber o sentido que ocorre e circula - e que é socialmente compartilhado - ganhou um lugar em um cenário apenas possível de ser pensado a partir de mudanças na forma de entendimento da relação linguagem-realidade [...]"[3].

A análise a ser desenvolvida neste trabalho considera, assim, as noções teóricas acima mencionadas em um viés de midiatização que toma a circulação como a consequência deste novo "fazer informativo", que ressignifica conteúdos a partir de um

"algo" em uma lógica onde receptores e produtores atuam paralelamente, alternando constantemente suas posições.

Referências

ANSELMIRO, Natalia Raimondo. Discurso y mediatización: para un análisis no-intencional de las estrategias discursivas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (Org.). **Mediatización, sociedad y sentido**: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2010, p. 36-55. Disponível em: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf>. Acesso em: 26 set. 2016.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Org.). **Mediação & midiatização**. Salvador: Edufba, 2012, p. 29-52. Disponível em: <http://books.scielo.org>. Acesso em: 27 set. 2016.

FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (Org.). **Mediatización, sociedad y sentido**: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2010, p. 2-17. Disponível em: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf>. Acesso em: 26 set. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.