

A Copa de 2014 e a Construção do Acontecimento Jornalístico no Twitter: o Caso “Podolski brasileiro”¹

Gabriela da Silva Zago²

Universidade Federal de Pelotas

Resumo

O trabalho tem por objetivo discutir o processo de construção do acontecimento jornalístico no Twitter em um contexto de encadeamento midiático. Para tanto, parte de um caso em específico relacionado à Copa do Mundo de 2014: as narrativas em torno do jogador Lukas Podolski, da Alemanha, que passou a ser considerado “brasileiro” por usuários da ferramenta. A ação do Twitter teve repercussão em outras mídias, contribuindo para a reverberação do acontecimento. Os procedimentos metodológicos adotados foram observação da circulação e análise de redes sociais de um recorte de narrativas no Twitter em torno do tema. Resultados trazem pistas para ajudar a compreender o processo jornalístico contemporâneo.

Palavras-chave: jornalismo; acontecimento; Twitter; Copa de 2014.

Introdução

Durante a Copa do Mundo de 2014, inúmeros acontecimentos emergiram em torno do grande evento. O uso de celulares conectados durante as partidas possibilitou que a Copa fosse comentada em tempo real em sites de rede social como Twitter e Facebook. Essa participação do público não só propiciou mais visibilidade ao que estava acontecendo como também contribuiu para produzir ressignificações no próprio acontecimento. A construção de acontecimentos, assim, foi potencializada pela participação do público.

Com base nesse cenário, o trabalho tem por objetivo discutir o processo de construção do acontecimento jornalístico no Twitter em um contexto de encadeamento midiático. Para tanto, parte de um caso em específico relacionado à

1 Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Modelos de Negócios em Jornalismo na Cultura Digital, do VIII Simpósio Nacional da ABCiber, realizado pelo ESPM Media Lab, nos dias 03, 04 e 05 de dezembro de 2014, na ESPM, SP.

2 Doutoranda em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Professora dos cursos de Design da Universidade Federal de Pelotas (UFPeL). E-mail: gabrielaz@gmail.com

Copa do Mundo de 2014: as narrativas em torno do jogador Lukas Podolski, da Alemanha, que passou a ser considerado “brasileiro” por usuários da ferramenta. A ação do Twitter teve repercussão em outras mídias, contribuindo para a reverberação do acontecimento.

O estudo foi operacionalizado a partir da combinação de procedimentos de observação e análise de redes sociais de um recorte de narrativas no Twitter em torno do tema. Resultados trazem pistas para ajudar a compreender o processo jornalístico contemporâneo.

O artigo está estruturado da seguinte forma: em um primeiro momento, discute-se o acontecimento jornalístico e sua construção na rede. Na sequência, aborda-se o contexto de encadeamento midiático, em que celulares passam a ser usados como uma segunda tela. Logo após, apresenta-se o estudo de caso a partir das narrativas no Twitter em torno do jogador Lukas Podolski. Por fim, são traçados alguns apontamentos finais.

A Construção do Acontecimento Jornalístico

Em termos gerais, um acontecimento pode ser entendido como algo que acontece no mundo que foge da normalidade e adquire visibilidade (Rodrigues, 1996). Para Babo-Lança (2005), há dois elementos que configuram algo como acontecimento: a ruptura nos quadros da normalidade social e o fato de ser inesperado. Nesse sentido, “o acontecimento é, pela sua própria natureza, aquilo que não é expectável e que nos apanha de surpresa” (Babo-Lança, 2012, p. 15). Assim, é acontecimento aquilo que é improvável e inesperado de acontecer.

Essas ocorrências cotidianas muitas vezes passam despercebidas. Em algumas situações, entretanto, um acontecimento é tão improvável e inesperado que acaba servindo de ponto de partida para o jornalismo. Nesse sentido, para Berger & Tavares (2009, p. 2), o acontecimento jornalístico “está na vida cotidiana, como objeto de referência, matéria-prima para os relatos do mundo da vida”. Os acontecimentos jornalísticos adquirem visibilidade através dos suportes midiáticos.

A transformação do acontecimento jornalístico em notícia se dá através do processo jornalístico. O processo jornalístico compreende as etapas de apuração, produção e circulação (Alsina, 2009). A partir dessas etapas, um veículo jornalístico

toma um acontecimento como pauta, busca e verifica informações (apuração), produz conteúdos associados a esse acontecimento (produção) e os disponibiliza para o público através de seus suportes (circulação). A participação do público na circulação pode, ainda, provocar ressignificações no próprio acontecimento, contribuindo para introduzir novas camadas de sentido ao acontecimento (Henn, 2009; Zago, 2013).

Para Henn (2013), também seria possível identificar acontecimentos que, por conta de sua origem ou forma predominante de circulação, teriam uma afinidade com o ambiente digital. O autor chama esses acontecimentos de ciberacontecimentos. Um ciberacontecimento seria, assim, um acontecimento que se origina ou tem sua circulação predominante no ambiente digital. Para Henn, Höehr & Berwanger (2012, p.100), “Já existe uma especificidade de acontecimento que atende as lógicas da rede, principalmente aqueles cuja produção e difusão se dão a partir de plataformas e ferramentas digitais e *on-line*”. Os autores oferecem dois exemplos de ciberacontecimentos: a separação da dupla Zezé di Camargo e Luciano, que reverberou nas redes antes de ser transformado em acontecimento jornalístico, e a organização de um protesto contra a agressão sofrida por um casal homoafetivo em São Paulo em 2011, atividade coordenada através do Facebook, que posteriormente repercutiu na imprensa.

Ainda que tenham origem ou repercussão nas redes, os ciberacontecimentos evidenciam a relação entre diferentes mídias.

Encadeamento Midiático e Segunda Tela

Primo (2008) utiliza a expressão encadeamento midiático para se referir à relação entre níveis midiáticos no cenário midiático contemporâneo. O autor parte dos níveis midiáticos propostos por Thornton (1996) em um estudo sobre subculturas. Para Thornton (1996), os níveis midiáticos seriam a mídia de massa, a mídia de nicho e a micromídia. Enquanto a mídia de massa seria voltada para um público vasto, de interesse geral, a mídia de nicho conta com um público menor, mais especializado. As micromídias, por sua vez, teriam um alcance ainda mais restrito, ao abordar temáticas bastante específicas e terem sua produção e distribuição limitadas.

Para Primo (2008), mídia de massa, mídia de nicho e micromídias atuam em relação simbiótica: uma notícia publicada por um veículo jornalístico pode ser

comentada em um blog e reverberada no Twitter. É essa interconexão entre os três níveis midiáticos que Primo (2008) chama de encadeamento midiático.

Esse encadeamento midiático ocorre num cenário de mídia espalhável (Jenkins, Ford & Green, 2013), em que não é possível distinguir claramente as fronteiras entre os diferentes meios. Acontecimentos que surgem em um meio acabam se “espalhando” para outros dispositivos, tanto pela ação dos próprios produtores de conteúdo (como quando um jornal disponibiliza seus conteúdos em um suporte tradicional, como o impresso, e também em uma micromídia, como no Twitter) quanto pela ação combinada de produtores e consumidores (quando o público reverbera num site de rede social um conteúdo originalmente veiculado na televisão).

Nesse sentido, um exemplo desse espalhamento pode ser visto na crescente utilização de sites de rede social – em especial, o Twitter – como “segunda tela” (Finger & Souza, 2012; McPherson et al, 2012; Sigiliano e Borges, 2013; Coca e Mendonça, 2013). Com isso, cria-se um canal paralelo de conversação em torno de determinados programas televisivos. Esse conteúdo visto originalmente na televisão e tuitado em tempo real pode ainda suscitar uma conversa com um amigo em um mensageiro instantâneo, gerar posts, comentários, curtidas e compartilhamentos no Facebook, influenciar a produção de reportagens no jornal impresso e até mesmo levar à produção de críticas na imprensa especializada, as quais, por sua vez, poderão novamente ser comentadas, curtidas e compartilhadas nos sites de rede social.

Durante a transmissão de um evento televisivo de grandes proporções, como é o caso da Copa do Mundo de 2014, a utilização de sites de rede social como o Twitter com um canal acessório para comentar e narrar as partidas (D’Andréa, 2014) contribuiu para a evidenciar a relação entre diferentes mídias e para a construção e a ressignificação de acontecimentos jornalísticos.

Procedimentos Metodológicos

O trabalho teve por objetivo de discutir a construção do acontecimento jornalístico a partir de um caso específico relacionado à Copa de 2014. O caso selecionado, por conta de suas peculiaridades, envolveu narrativas em torno do jogador Lukas Podolski, da Alemanha, ser considerado brasileiro. Para o estudo do caso selecionado, foram utilizados procedimentos de observação e de análise de redes

sociais. A ideia é recuperar pistas do acontecimento a partir da observação da circulação e recirculação de narrativas sobre o mesmo (Zago, 2011).

A análise de redes sociais (ARS) é um conjunto de técnicas e métricas voltadas para o estudo de redes sociais (Scott, 2013). A ARS se utiliza de dados relacionais para analisar os nós (indivíduos ou grupos representados por perfis) conectados (relações entre os nós) em uma determinada rede. Diversas métricas são consideradas para o estudo da rede como um todo (como centralização, densidade, coeficiente de clusterização, dentre outros) ou de cada um de seus nós (grau de conexão, centralidade, grau de intermediação, dentre outros).

Neste estudo, especificamente, são levadas em consideração as seguintes métricas: grau de conexão (refere-se à força de conexão entre dois nós, podendo ser desdobrado em conexões recebidas – *indegree* – e conexões enviadas – *outdegree*), densidade (grau de ligação entre os nós numa rede), componentes conectados (refere-se ao total de *clusters*³ de nós conectados entre si mas separados de outros componentes no grafo⁴) e distância geodésica (diâmetro da rede, ou distância entre os nós).

O Caso Podolski Brasileiro

O acontecimento tomado como estudo se refere à ideia surgida na internet de que o jogador Lukas Podolski, da seleção alemã, seria brasileiro. O jogador, de origem polonesa, destacou-se por fazer postagens em português recheadas de gírias nos sites de rede social. Com isso, os usuários passaram a se referir a ele como “brasileiro”.

Embora tenha iniciado nas redes, o acontecimento sofreu mutações ao ponto de se transformar em um acontecimento tradicional, noticiado por veículos diversos, incluindo meios tradicionais como a televisão.

Desde antes de começar a Copa, a seleção alemã não mediu esforços para se sentir em casa no Brasil. Dentre as iniciativas, os alemães construíram seu próprio

³ Um *cluster* é um conjunto de nós bastante conectados entre si. Normalmente, um *cluster* se forma em torno de um *hub*, que é um nó que recebe mais conexões que os demais.

⁴ Na análise de redes sociais, a rede é representada através de um grafo social representando os nós e suas conexões.

hotel⁵ para a concentração do time, bem como passaram por atividades diversas com locais, como vestir camiseta do Flamengo, fazer festa com índios, ou torcer pelo Brasil⁶.

No caso específico de Podolski, o jogador contou com ajuda de um amigo brasileiro para fazer postagens em português em seus perfis no Facebook, Instagram e Twitter⁷. Um de seus posts mais populares pode ser visto na Figura 1.



Figura 1. Atualização no Twitter em português do jogador Lukas Podolski.
Fonte: <https://twitter.com/Podolski10/statuses/483387892472229888>

As postagens em português do jogador deram origem a um meme associando o jogador à nacionalidade brasileira, como em *tweets* iniciados por “Podolski tão

⁵ “Alemanha desaprova hotéis e decide erguer casa na Bahia”, *Veja*, 13 dez. 2013. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/esporte/alemanha-desaprova-hoteis-e-decide-erguer-casa-na-bahia>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

⁶ “Nove motivos para a seleção alemã ser considerada a mais legal da Copa”, *UOL*, 04 jul. 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/04/motivos-para-a-selecao-alema-ser-considerada-a-mais-legal-da-copa.htm>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

⁷ “Com postagens em português, amigo torna Podolski fenômeno de carisma”, *Globo Esporte*, 10 jul. 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/selecoes/alemanha/noticia/2014/07/com-postagens-em-portugues-amigo-torna-podolski-fenomeno-de-carisma.html>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

brasileiro”⁸. Também foram criados perfis *fakes* associados ao jogador, como @podolskii10⁹ e @podolskison10¹⁰. No perfil @podolskison10, pode-se ler a seguinte descrição: “Vim pro Brasil e mudei o meu nome para Podolskison!”.

Ainda que tenha se originado nas redes, o acontecimento se desprende do ciberespaço e virou objeto de notícia em inúmeros outros espaços, mesmo após a Copa, incluindo uma reportagem no programa Fantástico, da Rede Globo, em 20 de julho de 2014¹¹, uma semana após o término do evento esportivo. Sua carta de agradecimento ao país, postada no Twitter, em português, no dia 14 de julho de 2014, obteve mais de 22 mil retweets¹² e também virou notícia¹³.

A construção desse acontecimento traz peculiaridades, na medida em que o processo não envolveu um único ato ou situação. O acontecimento foi sendo construído a partir de inúmeros desdobramentos ao longo de toda a Copa.

Narrativas no Twitter Sobre o Jogador Podolski Ser Considerado Brasileiro

O recorte trabalhado no presente estudo consiste em um conjunto de *tweets* em torno do fato de o jogador Podolski ser considerado brasileiro. A coleta de dados foi realizada no dia 13 de julho de 2014 usando a ferramenta NodeXL¹⁴. Os dados foram obtidos às 21h03min e compreendem um período de cerca de uma hora e meia, entre às 19h32min e às 20h58min. Ao todo foram obtidas 2.999 conexões (relações de menção ou retweet) e 2.707 nós (autores dos tweets e usuários mencionados ou retuitados) a partir de tweets contendo os termos “podolski” e “brasileiro”. Dessas

⁸ “Declarações de Podolski sobre amor ao Brasil viram memes nas redes sociais”, *Superesportes*, 11 jul. 2014. Disponível em: <<http://www.mg.superesportes.com.br/app/19,614/2014/07/11/internanoticia,56656/declaracoes-de-podolski-sobre-amor-ao-brasil-viram-memes-nas-redes-sociais.shtml>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

⁹ O usuário mudou o perfil para @Podolski10 após a Copa. Disponível em: <<https://twitter.com/Podolski10/status/488442203635994624>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

¹⁰ Disponível em: <<https://twitter.com/podolskison10>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

¹¹ “‘Animação do povo brasileiro me conquistou’, diz Podolski”, *Fantástico*, 20 jul. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2014/07/animacao-do-povo-brasileiro-me-conquistou-diz-podolski.html>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

¹² Disponível em: <<https://twitter.com/Podolski10/statuses/488725258615414784>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

¹³ “‘Queridinho’ dos brasileiros, alemão Podolski posta carta agradecendo país”, *UOL*, 14 jul. 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/14/queridinho-dos-brasileiros-alemao-podolski-publica-carta-de-agradecimento.htm>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

¹⁴ O NodeXL, acrônimo de Network overview, discovery and exploration add-in for Excel, é um plugin *open source* para o Microsoft Excel que pode ser usado para coletar e analisar dados provenientes de sites de rede social. Disponível em <<http://nodexl.codeplex.com>>. Acesso em 28 fev. 2014.

2.999 conexões, quase a totalidade, 2.973 são únicas (ou seja, poucos usuários postaram mais de um *tweet* estabelecendo a mesma conexão dentro da amostra).

No conjunto de dados referentes ao caso do Podolski brasileiro, ao todo foram identificados 340 componentes, sendo que 202 possuem uma única conexão. O componente com maior número de nós possui 2.297 nós interligados entre si por relações de menção ou retweet.

A distância geodésica máxima entre os nós é de 12 (diâmetro da rede) e a distância geodésica média é de 4,64. A densidade do grafo é de 0,0003679, ou seja, trata-se de uma rede pouco densa (o número vai de 0 a 1). No recorte, o maior *indegree* é 546 (número de menções recebidas). O maior *outdegree* é 6 (número de *tweets* feitos).

As *hashtags* mais presentes no conjunto de dados são #Podolski, em 551 *tweets*, #aha, em 546 *tweets*, #BRALEMANHA, em 544 *tweets*, #SabeDeNadaInocente, em 544 *tweets* e #ChupaMessi em 216 *tweets*. As *hashtags* #aha e #SabeDeNadaInocente foram usadas pelo próprio jogador no Twitter, o que ajuda a explicar sua popularidade na rede em torno de narrativas sobre o caso.

Dentre os usuários com maior *indegree* no recorte (Tabela 1), é possível observar o próprio jogador (@podolski10), dois *fakes* (@podolskii10 e @podolskison10), e alguns perfis de humor.

Usuário	Número de menções
@podolskii10	546
@gabrieldread	341
@futmusica	184
@podolski10	150
@itsmarquinho	129
@duduh_jk	114
@podolskison10	84
@leifederal	82
@luanlovato	77
@noahczerny	74

Tabela 1. Nós mais centrais no recorte (maior grau de conexão *indegree*).

O *tweet* com maior número de retweets no recorte foi feito pelo *fake* @podolskii10 (Figura 2).



Figura 2. *Tweet* do *fake* do jogador Podolski após a seleção alemã sagrar-se campeã da Copa.
Fonte: <https://twitter.com/PodolskiI0/status/488442203635994624>

Essa atualização utiliza uma combinação de *hashtags* usadas pelo jogador em *tweets* anteriores, como nos exemplos a seguir:

Alô #Rio cheguei hein, obrigadão pela recepção, muito cativante essa energia positiva do povo brasileiro #flAlemanha #SabeDeNadaInocente¹⁵

Ja estou tão acostumado com o #Brasil que já estou até assistindo novela #Noveleiro #CoraçãoVerdeAmarelo #Brasil #poldi #aha¹⁶

O site de definições de *hashtags* #tagdef define a *hashtag* #aha como uma “piada interna entre os jogadores do Arsenal. Um barulho que Lukas Podolski faz”¹⁷.

Além de identificar relação com o próprio jogador, também é possível identificar uma relação com veículos jornalísticos dentre as *hashtags* presentes no recorte estudado. A emissora de televisão ESPN sugeriu o uso da *hashtag* #ESPNTem

¹⁵ Fonte: “Podolski posta sobre “sabe de nada, inocente” no RJ e recebe pedidos de casamento”, *UOL Esporte*, 12 jul. 2014. Disponível em: <<http://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2014/07/12/podolski-posta-sabe-de-nada-inocente-no-rj-e-recebe-pedidos-de-casamento/>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

¹⁶ Fonte: “Praia, novela e apoio ao Brasil: por que Podolski é o jogador alemão favorito dos brasileiros”, *Zero Hora*, 11 jul. 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/copa-2014/noticia/2014/07/prai-a-novela-e-apoio-ao-brasil-por-que-podolski-e-o-jogador-alemao-favorito-dos-brasileiros-4548774.html>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

¹⁷ Tradução de: “Inside joke of Arsenal London players. A noise Lukas Podolski makes”. Disponível em: <<https://tagdef.com/aha>>. Acesso em: 14 ago. 2014.

durante a Copa para a cobertura colaborativa durante o evento nos sites de rede social¹⁸. Dentre os *tweets* do recorte, pode-se ver o uso da *hashtag* #espntemtetra, sugerida pela emissora para *tweets* sobre a final da Copa, como pode ser visto no *tweet* a seguir:

#espntemtetra podolski tao brasileiro que vai tatuar a estrela de campeao no ombro

Por conta da especificidade temporal do recorte (período de tempo curto logo após a final da Copa), praticamente não há *tweets* mencionando ou retuitando veículos jornalísticos. Mas isso não significa que os veículos não noticiaram o caso. Como foi visto acima, até uma emissora de televisão – a Rede Globo – fez reportagens a partir do acontecimento.

A visualização da rede (Figura 3) foi gerada no Gephi¹⁹. Os nós estão coloridos por modularidade. O tamanho do nó representa o *indegree* – quando maior o nó, mais conexões (menções ou retweets) o usuário recebeu. Os pontos isolados ao redor do grafo representam usuários que postaram *tweets* sem mencionar outros usuários em suas publicações.

¹⁸ Assim como a ESPN, outros veículos também utilizaram hashtags específicas para a cobertura da Copa do Mundo, como #EstadõonaCopa, #FolhanaCopa, #nacopaZH, dentre outros. Essas hashtags permitiram o estabelecimento de uma conversação entre veículos e seus públicos, na medida em que os usuários comuns poderiam utilizar a hashtag sugerida pelo veículo para tecer comentários sobre a Copa.

¹⁹ O gephi é um software open source multiplataforma para a visualização e exploração de redes e sistemas complexos. Disponível em <<https://gephi.github.io>>. Acesso em 30 jul. 2014.

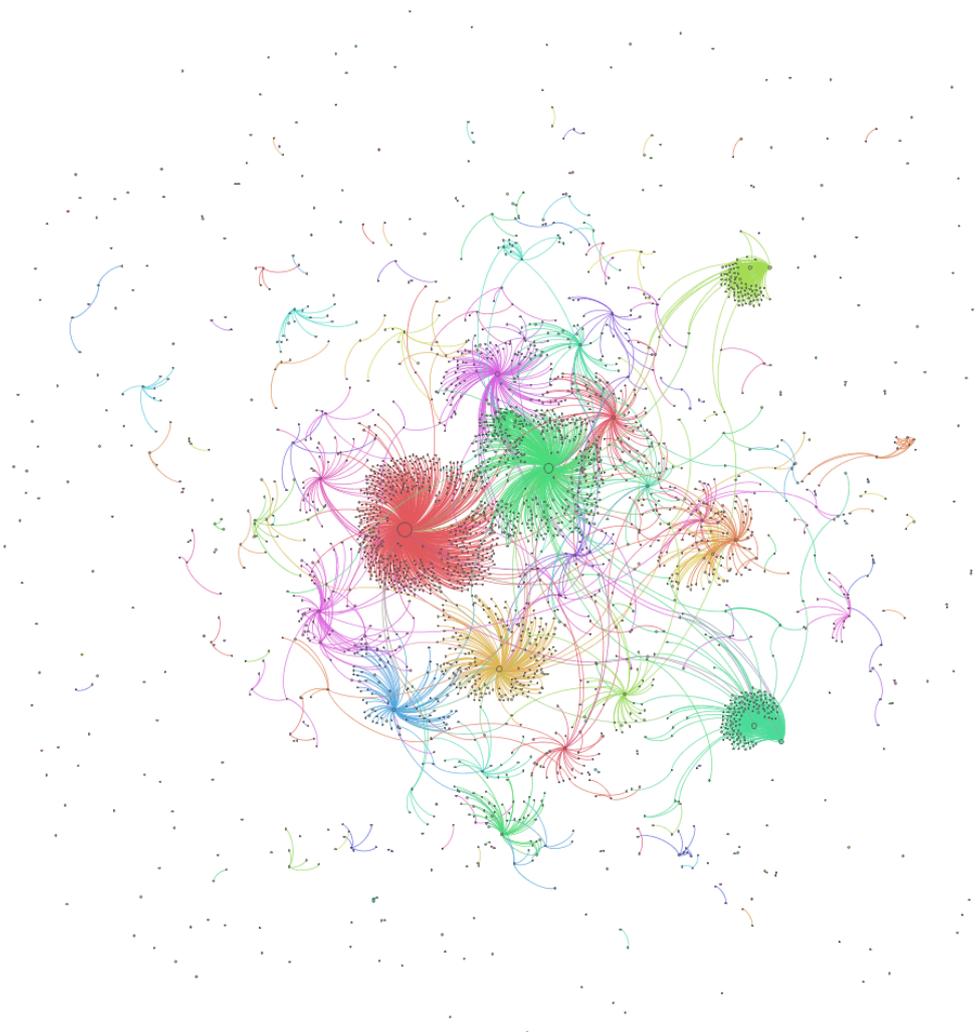


Figura 3. Grafo da rede de *tweets*, *retweets* e menções a Podolski brasileiro no dia 13 de julho de 2014.

O maior módulo, em vermelho, está centrado no *fake* @podolskii10. O segundo maior módulo, em verde, próximo ao módulo vermelho, refere-se ao usuário @gabrieldread. Mais abaixo é possível observar um módulo amarelo queimado centrado em torno do usuário @futmusica, e, abaixo deste, um módulo azul claro centrado em torno de @luanlovato. Essa rede apresenta como particularidade alguns módulos com mais de um *hub* simultaneamente. Esse é o caso do módulo verde à direita e abaixo do grafo, que inclui os usuários @podolski10 e @itsmarquinho, e do módulo verde claro acima e à direita que representa os usuários @leifederal e @podolskison10. Esses módulos híbridos aparecem por conta da natureza dos *tweets* postados pelos usuários, podendo conter duas ou mais menções simultaneamente.

Nesses dois casos em específico, trata-se do mesmo *tweet*, porém num dos casos a referência é feita a um dos *fakes* do jogador, e, no outro caso, é feita referência ao perfil oficial do jogador, como pode ser visto abaixo:

RT @LeiFederal: n° 3.297, de 2014 Foi concedido o Título de Cidadão Honorário Brasileiro, ao Jogador Lukas Podolski (@podolskison10) pelo “#ChupaMessi”²⁰

RT @itsmarquinho: n° 3.297, de 2014 Foi concedido o Título de Cidadão Honorário Brasileiro, ao Jogador Lukas Podolski (@Podolski10) pelo “#ChupaMessi”²¹

Essa diferença na atribuição do *retweet* e da fonte pode ser situada em um contexto de economia do *retweet* (Recuero & Zago, 2012). O *retweet* pode ser considerado uma moeda de troca no Twitter. Assim, conceder ou receber um *retweet* confere valor ao usuário mencionado, em especial em termos de visibilidade na rede. Aquele que é referenciado como fonte da informação tem sua imagem ou nome de usuário visto em outros perfis da rede. Essa economia do *retweet* é reforçada pela limitação de caracteres do Twitter, que só permite 140 toques. Diante disso, surge uma tensão entre os usuários, entre mencionar o perfil que originalmente criou a informação ou aquele que por último a repassou.

Mesmo tendo iniciado nas redes (a partir das postagens em português do próprio jogador), o acontecimento recebeu visibilidade jornalística, que contribuiu para aumentar a repercussão do caso. Ao ser narrado no Twitter, o acontecimento foi sendo (re)construído a partir da cooperação entre usuários e veículos.

A construção do acontecimento evidencia o encadeamento midiático (Primo, 2008) entre sites de rede social e outros meios (como jornais online e programas de televisão).

Apontamentos finais

O trabalho procurou discutir a construção do acontecimento jornalístico a partir da discussão de um caso específico que teve origem e reverberação nas redes. O

²⁰ <https://twitter.com/LeiFederal/status/488461658936061952>

²¹ <https://twitter.com/Stalkializei/status/488465003218219009>

caso estudado foi o fato de internautas chamarem o jogador Lukas Podolski, da seleção da Alemanha, de brasileiro.

Ainda que o acontecimento tenha tido origem nas redes – foi a partir dos *tweets* em português do jogador que a discussão em torno do tema teve início – a partir daí ele se espalhou para outros meios. Ao ser abordado pela mídia tradicional, o acontecimento teve sua reverberação aumentada, ao ponto de o programa Fantástico, da Rede Globo, fazer uma matéria com o jogador após a Copa.

A construção desse acontecimento, estudado a partir de um recorte específico constituído de *tweets* feitos logo após a final da Copa, apresenta particularidades associadas a sua origem enquanto ciberacontecimento. Ainda que tenha surgido em sites de rede social, o assunto se espalhou para outras mídias, evidenciando o encadeamento midiático entre sites de rede social e mídia tradicional.

O caso também se relaciona com um contexto de conexão generalizada e mobilidade. O acesso a sites de rede social como segunda tela permite tornar a experiência de ver televisão mais interativa. Combinando a tela do celular à tela da TV, é possível atribuir novos sentidos aos acontecimentos, que são narrados enquanto acontecem. Lukas Podolski seria apenas mais um jogador estrangeiro no Brasil não fossem as narrativas construídas em torno dele, que, em conjunto, ajudaram a construir e a ressignificar o próprio acontecimento.

Diante de tal cenário, o próprio processo jornalístico sofre modificações, na medida em que a participação do público na circulação – através de narrativas do acontecimento em sites de rede social – pode levar ao desencadeamento de novos produtos jornalísticos a partir de novos sentidos atribuídos aos acontecimentos.

Referências

- ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BABO-LANÇA, I. A constituição do sentido do acontecimento na experiência pública. **Trajectos**, n. 6, p. 85–94, 2005.
- BABO-LANÇA, I. Reprodutibilidade do acontecimento na ordem institucional. In: FRANÇA, V.; CORRÊA, L. G. (Orgs.). **Mídia, instituição e valores**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012, p. 13–28.
- BERGER, C.; TAVARES, F. Tipologias do acontecimento jornalístico. Anais do VII SBPJor. **Anais...**São Paulo: SBPJor, 2009.
- COCA, Adriana; MENDONÇA, Bruno. Segunda Tela: A internet pervasiva como possibilidade de extensão dos conteúdos televisuais. **Mídia e Cotidiano** (UFF), v.3, n.3., 2013. Disponível em <<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/78>>. Acesso em 09 jan. 2014.
- D'ANDRÉA, C. Conexões intermediáticas entre transmissões audiovisuais e redes sociais online: possibilidades e tensionamentos. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós. **Anais...** Belém: Compós, 2014.
- FINGER, C.; SOUZA, F. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Revista Famecos**, v.19, n.2, 2012.
- HENN, R. O acontecimento em sua dimensão semiótica. Anais do VII SBPJor. **Anais...**São Paulo: SBPJor, 2009.
- HENN, R. Apontamentos sobre o ciberacontecimento: o caso Amanda Todd. Anais do XXII Encontro Anual da Compós. **Anais...**Salvador: Compós, 2013.
- HENN, R.; HÖEHR, K.; BERWANGER, G. Transformações do acontecimento nas redes sociais: das mobilizações contra a homofobia à crise de dupla sertaneja. **Brazilian Journalism Research**, v.8, n.1, 2012.
- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Spreadable Media**. New York: NYU Press, 2013.
- McPHERSON, K.; HUOTARI, K.; CHENG, F. et al. Glitter: a mixed-methods study of Twitter use during Glee broadcasts. **Proceedings of the ACM 2012 conference on Computer Supported Cooperative Work Companion**. ACM: 167-170, 2012. Disponível em <<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2141569>>. Acesso em 28 out. 2013.
- PRIMO, A. A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. **Galáxia**, São Paulo, n.16, p.43-59, 2008.
- RECUERO, R.; ZAGO, G. A Economia do Retweet: Redes, difusão de informações e capital social no Twitter. **Contracampo**, v. 24, n. 1, 2012.

RODRIGUES, A. O acontecimento. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: teorias, questões e estórias**. Lisboa: Veja Editora, 1996, p. 27–33.

SCOTT, J. **Social Network Analysis**. 3.ed. Londres: Sage Publications, 2013.

SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. Social TV: a sinergia entre as hashtags e os índices de audiência. **Revista GEMInIS** (UFSCar), v.1, n.2, 2013. Disponível em <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/148>>. Acesso em 09 jan. 2014.

THORNTON, S. **Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital**. Hanover: Wesleyan University Press, 1996.

ZAGO, G. A experiência do acontecimento jornalístico no Twitter a partir de sua recirculação. Anais do 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** Rio de Janeiro: SBPJor, 2011.

ZAGO, G. A Participação dos Interagentes nos Sites de Redes Sociais como uma Dimensão do Acontecimento Jornalístico. **Intexto**, n. 28, p. 156–170, 2013.