
**Informação Jornalística no *Twitter*:
o estudo de caso da boate *Burning Sun***

**Journalistic Information on Twitter:
the study case of the *Burning Sun* nightclub**

Camila Christina Sales CARNEIRO¹⁶
Raquel Timponi Pereira RODRIGUES¹⁷

RESUMO

Esta pesquisa tem pretende entender como o *Twitter* funciona como um canal que possibilita produção de conteúdo informativo para um público brasileiro de nicho segmentado sobre pautas jornalísticas internacionais. Para isso, foi realizado um estudo de caso a partir da repercussão do escândalo midiático da boate *Burning Sun*, da Coreia do Sul, utilizando a metodologia de Análise de Conteúdo de Lawrence Bardin (2011) nas postagens na plataforma entre os dias 09 a 16 de março de 2019, que a pesquisa identificou como período de pico de procura sobre o assunto em plataformas de pesquisas. Como resultado, concluiu-se que quando não ocorre uma cobertura jornalística aprofundada sobre pautas especializadas pela mídia tradicional, o *Twitter* funciona como um canal de informação e seu usuário busca maior independência no acesso à informação, demonstrando maior protagonismo no ato de se informar.

PALAVRAS-CHAVE: Informação via *Twitter*; cultura de nichos; cultura de participação.

ABSTRACT

This research aims to understand how Twitter is used as a channel that enables informative content producing to a brazilian audience of segmented niches about journalistic international news. Thus, it was done a case study of the Burning Sun nightclub scandal, from South Korea, using Lawrance Bardin's (2011) method of Content Analysis on tweets posted between march's 9 to 16, 2019, which the research indentified as the period with most internet searches about the subject. It was concluded that when there isn't deep journalistic coverage of specialized news, Twitter is used as a platform for information consumption and its users acts with more independency, reshaping themselves in a way of having more protagonism in the act of informing.

KEYWORDS: Information via Twitter; niche culture; participatory culture.

16 Recém-graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: camilacarneiro@gmail.com

17 Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: raqueltimponi@ufu.br

INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico da cultura digital que marcou as últimas décadas, transformou as relações humanas e a rotina diária das pessoas, bem como o funcionamento de grandes indústrias, como o caso do jornalismo. Nesse contexto, uma das características que o advento da Internet e a conexão on-line proporcionaram às pessoas foi a possibilidade de produção e postagem de conteúdo livremente, impactando a forma de produção, circulação e consumo da informação, como a potencialização da participação direta de usuários da web. Assim, há um aumento do leque de informações e conteúdos disponíveis que os públicos podem consumir.

Dessa forma, considera-se a variedade e o livre acesso do público aos mais diversos assuntos, dando maior autonomia na escolha do consumo de cada um. Em consequência, ocorre a potencialização da produção de conteúdos segmentados, isto é, voltada a interesses específicos de públicos variados.

Um exemplo desse fenômeno é o caso da boate sul-coreana *Burning Sun*, que aconteceu no fim do ano de 2018 e início de 2019. A boate recebeu denúncias de crimes graves que incluem prostituição, filmagens sexuais explícitas gravadas sem consentimento, uso de drogas ilícitas e corrupção policial, com grandes nomes envolvidos – de políticos, jornalistas, celebridades e empresários (KELLEY, 2019). Nesse sentido, esta pesquisa buscou investigar como o *Twitter* informa o público brasileiro sobre pautas jornalísticas internacionais para um público segmentado, objetivando compreender como acontece a participação dos usuários do *Twitter*, não necessariamente jornalistas, a partir da divulgação de informações do caso da *Burning Sun* entre os dias 09 a 16 de março de 2019, período de pico de procura sobre o assunto em plataformas de pesquisas.

Para isso, o artigo está dividido em duas partes. A primeira, de fundamentação teórica, aborda o jornalismo pós-industrial e a necessidade de curadoria digital em meio ao excesso de conteúdo. Neste contexto da emergência de conteúdos especializados para públicos de nicho, é abordado o papel do *Twitter* como via de informação do público e o papel de participação desse público na veiculação da informação. Em seguida, apresenta-se a metodologia, seguida da análise e dos resultados a partir de estudo sobre as publicações relacionadas ao caso *Burning Sun*.

1. TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO NA ERA DIGITAL

A cultura digital possibilitou a horizontalização de algumas produções no campo da comunicação por parte de pessoas não necessariamente especialistas. O modelo de décadas passadas de acesso à informação e o poder de transmiti-la, antes estava reservado para um pequeno grupo e conglomerado midiático. Na contemporaneidade, ocorre uma transformação da comunicação em massa para a comunicação em rede.

Neste cenário, a tecnologia possibilitou o fácil acesso às informações on0-line, assim como a publicação destas por qualquer usuário. O chamado jornalismo pós-industrial (SHIRKY, BELL, ANDERSON, 2013) faz com que o papel do jornalista passe de uma função de protagonista a coadjuvante, no sentido de que não mais apenas ele possui o poder de veiculação da informação. Considerando que o jornalista não mais é responsável único pela publicação de informações, para os autores Clay Shirky, Emily Bell e Chris Anderson (2013), ocorre uma crise na indústria jornalística, devido à transformação dos modos de produção. No novo contexto, os cidadãos passam a ter maior liberdade para se comunicar, distanciando-se das limitações que os antigos modelos da imprensa escrita implicavam.

Dessa forma, os autores apontam que o jornalismo se adapta a um mundo que transformou o que antes era conhecido por audiência, leitor ou espectador, no que hoje podemos definir como um “usuário/editor” de conteúdo. Nesse sentido, a classificação do jornalismo na web hoje se encontra, como explica o autor Antonio Fidalgo (2007), na fase da quarta geração, da base de dados - cuja principal característica é potencializar a precisão e contextualização, segundo ele de um modo extraordinário, já que "representa a forma de fazer [...] sistemática, tecnologicamente avançada, e mesmo científica, na medida em que é perfeitamente quantificada e controlada" (FIDALGO, 2007, p. 115).

Esse novo conceito sobre a função do jornalista se distancia do elemento tradicional – de uma profissão que era conhecida como *gatekeeping* –, remodelando-se para a função que, hoje, teóricos denominam como *gatewatching* (BRUNS, 2011, p. 121). Essa lógica, segundo o autor Axel Bruns (2011), seria causada pela disponibilidade de notícias em tempo real, possibilitada pelas mídias sociais e a maior colaboração dos usuários não-jornalistas na produção da notícia – já que, segundo Bruns (2011, p. 124), o receptor também ganha a

possibilidade de ser o emissor em um contexto de "fontes múltiplas [...] e usuários com interesses diversos".

Diretamente relacionada à colaboração em mídias sociais está a cultura da participação de Henry Jenkins (2014), que diz respeito à possibilidade de produzir e compartilhar um conteúdo de maneira muito mais participativa, propagando informações muito além de suas vizinhanças geográficas. Dessa forma, a mudança para um modelo participativo de cultura faz com que o público não seja mais visto como simplesmente um grupo de consumidores. Jenkins aponta que, apesar de haver diferença em quem consome e quem produz on-line, mesmo aqueles que apenas leem os conteúdos e não realizam a produção ativamente, ainda assim obtêm um potencial de contribuição para o conteúdo. Essa participação seria realizada, por exemplo, através do compartilhamento, da postagem de respostas, entre outras possibilidades. Assim, o público de determinado assunto adquire maior liberdade sobre o que prefere postar e compartilhar. Essa potencialidade na escolha do que consome e publica intensifica a formação de nichos de mídia e facilita a segmentação de conteúdos.

1.1. Cultura de nichos e curadoria nas mídias digitais

A segmentação é característica da chamada “cultura de nichos” – um fenômeno de segmentação de gostos e consumo gerada pelo desenvolvimento da demanda do público especializado, com diferentes necessidades e que desejam produtos específicos. Em um contexto da cultura digital, Anderson (2006) explica que, atualmente, abre-se oportunidade para diversos mercados segmentados, o que o autor conceitua como “cauda longa”. Assim, segundo o autor,

Sob uma perspectiva mais genérica, logo fica claro que a idéia da cauda longa tem a ver, realmente, com a economia da abundância — o que acontece quando os gargalos que se interpõem entre a oferta e demanda em nossa cultura começam a desaparecer e tudo se torna disponível para todos. (ANDERSON, 2006, p. 11).

Portanto, a emergência dessa cultura de nichos, viabilizada pela transformação das formas de consumos sociais, ocasiona um impacto na tendência comportamental mercadológica e, conseqüentemente, nos assuntos de interesse do público – fruto da liberdade de escolher o

que se quer consumir, possibilitando uma abertura aos temas específicos, abordados ou não pelo jornalismo. Seguindo essa lógica, destaca-se a importância da seleção da informação em meio ao excesso de produtos e conteúdos na cultura digital. O autor Tarcízio Silva (2012) contextualiza a correlação entre cultura de nichos e curadoria digital, já que "a curadoria é, quase que necessariamente, acompanhada de uma estrutura de nicho, para públicos menores" (SILVA, 2012, p. 78). Essa curadoria, segundo as autoras Elizabeth Saad e Daniela Bertocchi (2012), acontece no momento em que a informação passa a ser excessiva. "O fato de alguém nos dizer 'preste atenção nisso e não naquilo' dá a este alguém o status do que está se chamando atualmente no campo da comunicação como 'curador'" (SAAD; BERTOCCHI, 2012, p. 13). Assim, o exercício da curadoria pode ser possível por qualquer cidadão conectado, porém é inerente ao trabalho do comunicador (HOLTZ, 2011 *apud* CORRÊA; BERTOCCHI, 2012). Ainda segundo Silva (2012), as ações de curadoria se relacionam com as representações dos indivíduos na web, uma vez que os usuários, com as postagens, passam a deixar seus traços e características em plataformas como *Twitter* – conceito que será desenvolvido no tópico a seguir.

1.2 *Twitter* e informação

O *Twitter* é um exemplo de mídia social que se destaca pelo potencial de rapidez e agilidade na divulgação de informações e participação de pessoas on-line e que pode colaborar para a disseminação das notícias no momento do acontecimento. Sobre o assunto específico das mídias sociais, a autora Raquel Recuero (2011) explicita que cada usuário conectado à rede é um emissor em potencial. Ao estudar o *Twitter*, ela ressalta as características específicas da plataforma, como velocidade na publicação e difusão de informações. Esses elementos, segundo destaca, são essenciais para o que ela chama de "boom" informativo que as interconexões geraram (RECUERO, 2011, p. 07), trazendo maior amplitude e poder aos indivíduos on-line, agora mais possibilitados a atuar no contexto do fluxo informativo. Ainda segundo a autora, as mídias sociais são plataformas vistas como espaços de representação, ou seja, como locais de fala dos mais diversos indivíduos. Assim, o *Twitter*, enquanto mídia, possibilita a formação de uma teia informativa, onde cada usuário influencia na possibilidade de a informação ser produzida, circulada e filtrada, atuando também no contexto dos fluxos

informativos a partir da construção, modificação e divisão de informações (RECUERO, 2011, p. 02).

Características do *Twitter* como o seu elevado potencial de distribuição e a possibilidade do não jornalista se tornar produtor e disseminador de informações são responsáveis pela perda do "lugar de fala" de jornalistas (RECUERO, 2011, p. 02), em um contexto em que a audiência passou a fazer parte do processo da notícia como construtora, relatora ou debatedora do fato. Com essa “audiência-produtora” emergente, criou-se termos para conceituar e diferenciar o jornalismo baseado na participação do usuário das redes digitais.

Um desses termos criados é o de “jornalismo cidadão”. Para Mark Glaser (2006), a ideia dele é a de pessoas sem treinamento profissional que usam ferramentas de tecnologias contemporâneas e de distribuição, possibilitadas pelas mídias sociais, para criar, disseminar ou checar a autenticidade de informações. Segundo o autor, outra característica vantajosa desse jornalismo seria, inclusive, a possibilidade de realização da “cobertura” midiática de notícias não encontradas nos meios tradicionais pelo público usuário das mídias sociais. O jornalismo cidadão também se caracteriza pela intenção de denúncia pública, como um papel social de cidadão consciente quanto às leis ou direitos humanos. Quanto a isso, se destacam, por exemplo, denúncias relacionadas à violência contra a mulher, evidenciando e abordando a desigualdade de gêneros a partir da cultura do país.

Há também a categoria de elaboração da informação que a autora Sylvia Moretzsohn (2014, p. 254) conceitua como “jornalismo open source”, em que a comunidade envolvida se guia na orientação do ‘publicar, depois filtrar’, em uma “troca de informações entre cidadãos ativos” (MORETZSOHN, 2014, p. 06). No caso do *Twitter*, ainda observa-se que a junção de diversas fontes por parte dos usuários, por outro lado, também contribui para a construção de diversas versões e lados de uma notícia. Moretzsohn (2014) explica outro termo, o “jornalismo colaborativo”, que pode caracterizar-se na possibilidade de um não jornalista poder produzir materiais que podem ser utilizados por veículos jornalísticos – relacionado com o potencial de cobertura local. É exemplo, quando se trata de notícias internacionais em um diferente idioma, alguém colaborar, realizando a tradução da informação de um veículo tradicional que tenha feito previamente a cobertura de um acontecimento.

O “jornalismo participativo”, por outro lado, evidencia a participação informal das pessoas na disseminação e discussão de informações on-line. Observa-se isso acontecer, por exemplo, quando os indivíduos comuns da rede, fãs ou não de determinada temática de nicho, comentam e dão opiniões sobre assuntos. Nesse caso, não há compromisso com a realidade ou veracidade das informações, potencializando a possibilidade de disseminação de boatos e notícias falsas.

2. PROPOSTA METODOLÓGICA

A pesquisa realizou um estudo de caso do escândalo midiático da boate *Burning Sun*, a partir do conceito de Robert Yin (2001). Segundo o autor, a principal função desta estratégia é compreender as características significativas dos eventos, investigando um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real (YIN, 2001, p. 32). A metodologia para esse estudo foi feita a partir da proposta mista, criada por Recuero (2018), para entender discursos em mídias sociais. Para isso, a autora propõe um método de análise composto do estudo de caso seguido pela análise de conteúdo, embasada no conceito de Lawrence Bardin (2011). Esse tipo de análise, segundo Recuero (2018), é uma técnica que classifica e categoriza conteúdos a partir da observação de similaridades, objetivando inferir componentes nesses dados.

A análise foi feita em duas etapas; primeiro, em notícias sobre o tema postadas por veículos jornalísticos profissionais; depois, em *tweets* sobre o tema – para fins de comparação entre ambos. Para isso, primeiramente, como critério de seleção das informações sobre o assunto, foi realizada uma busca no *Google Trends* para se descobrir o período em que as palavras-chave sobre o assunto (“*Burning Sun*” e “Coreia do Sul”) foram mais pesquisadas no Brasil. A pesquisa mostrou que o pico de popularidade do assunto foi durante o dia 09 a 16 de março – selecionado como recorte do *corpus* da pesquisa. Assim, foi realizada uma pesquisa no *Google*, usando ferramentas para limitar os resultados em “notícias” e elencadas por maior relevância – a fim de selecionar matérias de jornalismo profissional mais consumidas por usuários on-line –, que selecionou a primeira matéria publicada no período, considerando-a o ponto de origem/fator motivador das postagens iniciais, e a mais relevante (mais lida) de todas as publicadas. Realizou-se, então, a análise de conteúdo destas matérias a partir dos seguintes

critérios de análise: (1) Faz menção de envolvimento apenas de celebridades no título e no lead; (3) Trata o assunto como um escândalo que suja a imagem da indústria musical ou carreira de celebridades; (4) Faz menção de outros nomes, de não artistas, também relevantes ao caso; (5) Contextualiza a cultura coreana relevante ao caso; (6) Faz menção de outros crimes envolvidos, como de corrupção policial; (7) Há pluralidade de fontes e de opiniões; (8) Há tratamento do assunto como de relevância social e de interesse público; (9) Aprofundamento da informação.

Em seguida, foram pesquisadas na barra de pesquisa da mídia social *Twitter* as mesmas palavras-chave e recorte de *corpus* utilizadas anteriormente. Então selecionou-se os *tweets* que mais tiveram repercussão (mais respostas, curtidas e citações). Neles, foram analisados os seguintes elementos semelhantes às características da produção jornalística: (1) o lead (2) a utilização de verbos de ação e manchetes (3) postagens de links com fontes de matérias sobre o assunto, (4) divulgação de falas de entrevistados e de fontes relacionadas. O objetivo da coleta desses elementos é verificar de que forma as notícias e informações são disseminadas no *Twitter* se assemelham a características da produção jornalística ou se categorizam apenas com o cunho opinativo do usuário fã no *Twitter*.

3. ANÁLISE

As matérias selecionadas foram publicadas pelos veículos *Metrópoles*¹⁸ e *O Globo*¹⁹. Seguindo a análise a partir do critério de observação, percebeu-se que as matérias tratam o assunto como algo que afeta carreira de celebridades, focadas em falar apenas no envolvimento dos artistas. Não especificam autoridades envolvidas nem citam outros nomes, além das informações serem dadas superficialmente. Na primeira matéria, por exemplo, a autora Clarice Silva (2019) afirma que o artista foi acusado por outras atividades; porém, não esclarece nem detalha as outras acusações, impossibilitando que o leitor compreenda o teor de interesse público do assunto.

¹⁸ Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/sexo-drogas-e-corrupcao-astro-do-k-pop-seungri-aposenta-se>. Acesso em: 03 set. 2019.

¹⁹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/mais-um-astro-do-pop-abandona-carreira-apos-escandalo-sexual-23521436>. Acesso em: 29 out. 2019.

Outro aspecto negativo observado na primeira matéria é a falta de contextualização da cultura sul coreana, já que não menciona e especifica a legislação do país (da proibição da pornografia) ou explica o fenômeno das câmara molka (gravações íntimas sem consentimento), atividade ilegal muito polêmica da qual o acusado que a matéria noticiava estava envolvido; não menciona o histórico de corrupção/suborno policial recente do país, cuja discussão se intensificou ainda mais após as acusações feitas à boate *Burning Sun*. Em razão de a notícia ter sido apresentada com pouco aprofundamento ou detalhamento das informações, focando apenas no envolvimento de uma celebridade específica, notou-se que o assunto foi tratado de maneira superficial. A repercussão do caso está diretamente ligada ao aspecto cultural do país; portanto, a falta de contextualização do assunto torna as matérias supérfluas. Dessa forma, o leitor brasileiro, que desconhece a cultura sul coreana, pode não compreender a importância ou impacto social do acontecimento noticiado. Além disso, as consequências da falta de contextualização acabam também afetando os aspectos observados pelas categorias de análise: falta de aprofundamento da informação, não trazer pluralidade de fontes ou opiniões, nem tratar o assunto como de relevância social e interesse público que ele é.

3.1 Análise de Tweets

Na segunda etapa da análise, 87 *tweets* se destacaram e foram selecionados devido a sua repercussão e engajamento dos usuários (a partir de *retweets*, curtidas e respostas). A característica que mais se destaca na construção dos *tweets* analisados, presente em 63% deles, é a utilização de verbos de ação e postagens manchetas, seguida pela característica de postagens de links com a fonte da informação que se é divulgada, em 39% dos *tweets*. A divulgação de falas de entrevistados está em 21% deles e, por último, 16% são *tweets* construídos de forma semelhante ao lead jornalístico. Em geral, é interessante ressaltar que características próprias da mídia social, como o limite de 280 caracteres, influenciam na forma com que os participantes da disseminação das informações escrevem: é muito mais viável, por exemplo, fazer um *tweet* com uma notícia de forma mais objetiva, com verbo e de maneira mancheta, do que com uma postagem com informação mais aprofundada, próxima à construção do lead jornalístico.

É também relevante destacar que a maioria dos *tweets* é essencialmente informativa e pouco opinativa. Nos 87 analisados, apenas 7 deles trazem alguma informação com a opinião do autor da postagem sobre o assunto. Isso pode se relacionar com a proposição da curadoria digital, uma vez que os *tweets* desses usuários são os que mais receberam interações e atenção, o que pode estar relacionado ao fato de divulgarem informações de forma relativamente neutra, pois essa forma permite a conquista de uma relação de maior confiança com o público que procura informações sobre o caso. Além disso, a grande quantidade de postagens acompanhadas com links confiáveis com a fonte da notícia também demonstra que os(as) autores(as) que realizaram essas postagens buscaram veracidade nas informações que estavam publicando, a fim de construir credibilidade.

Uma característica observada de forma muito recorrente nas publicações analisadas é a postagem de *tweet* que apenas realiza a tradução de informação veiculada em jornal tradicional sul-coreano. Ao todo, foram identificadas 52 postagens dessa forma. Isso reforça a ideia anteriormente mencionada da busca pela neutralidade e objetividade que, em consequência, cria um vínculo de confiança com os outros usuários. Isso também mostra que mais da metade do conteúdo se trata de jornalismo colaborativo, já que o usuário está colaborando no nicho do assunto que possui interesse, ao disseminar as informações em uma língua acessível a um público específico.

Outro tipo de ação próxima à atividade jornalística, que pode ser produzida on-line pelos usuários não-jornalistas que mais se destacou na análise, é o jornalismo cidadão, caracterizado como uma denúncia de assuntos que tratam, por exemplo, de desigualdades ou direitos humanos, referentes a um papel social de um cidadão consciente. Esse aspecto é recorrente, principalmente por se tratar de um assunto que se popularizou por ser denúncias de crimes, alguns deles relacionados diretamente à desigualdade de gênero. O jornalismo participativo também foi observado, principalmente nos *tweets* que não traziam traduções diretas de matérias jornalísticas sul-coreanas e que cujas construções não eram manchetas ou próximas do lead jornalístico. Também, de forma recorrente, os usuários postaram as notícias recentes de forma objetiva e neutra e, então, respondiam ao próprio *tweet*, dessa vez comentando suas percepções. Esta característica observada, de acrescentar a própria opinião – mesmo que após a divulgação

da informação, e não junto dela –, revela a necessidade que o usuário sente de se expressar, tratando as postagens como um diário de pensamentos.

Dito isso, percebe-se que esses aspectos dos *tweets* demonstram também uma mesclagem dos papéis, já anteriormente elencados. O usuário da rede digital pode assumir na participação on-line o papel de emissor, transmitindo a notícia, e também o de comentador, já que as mídias sociais são espaços que representam locais de fala dos indivíduos. Assim, quando é um assunto em que o usuário se identifica, ele sente a liberdade de discuti-lo nestas mídias, agregando informações e percepções próprias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de notícias e informações disseminadas em portais jornalísticos e no *Twitter* a respeito do caso da *Burning Sun*, que estão relacionadas a um universo segmentado, baseia-se na necessidade de melhor compreensão das coberturas a respeito das culturas de nicho, pois esse fenômeno acontece em razão das frequentes transformações sociais causadas pelo uso de tecnologias cada vez mais avançadas que, conseqüentemente, impactam o campo do jornalismo.

Primeiramente, constatou-se que as notícias na mídia tradicional não eram aprofundadas e não traziam as informações de maneira contextualizada e completa. Conseqüentemente, foi dado maior espaço ao *Twitter* para cumprir o papel de ferramenta que o público utiliza para se informar. Nesse momento, percebe-se que o Jornalismo ainda necessita se adaptar e se atentar para as mídias digitais e o processo de transformação de profissão, a fim de atender a demanda do público que se modifica em consequência do avanço tecnológico.

Em relação à análise do *Twitter*, foi observado que grande parte dos tweets sobre o tema pretendiam demonstrar credibilidade aos outros usuários. Isso faz refletir que, quando há falta no jornalismo tradicional, os indivíduos buscam supri-la e se portam de maneira semelhante ao papel do jornalista, a fim de colaborar com o nicho em que está inserido. Percebeu-se, então, que os usuários constroem sua própria forma peculiar de informar e comentar notícias de maneira independente mas, ao mesmo tempo, buscando utilizar traços similares ao do exercício profissional de informar, próprios do jornalismo.

Ainda sobre como ocorre a participação do público ao informar, é notável que a interação ocorreu de diversas maneiras, utilizando o jornalismo cidadão, colaborativo e participativo, inclusive de forma complementar. Assim, nota-se que o usuário do *Twitter* se coloca em diversos papéis independentes – de editor, de pauteiro, de comentarista, de disseminador. Percebe-se, então, que o público tende a se remodelar a um maior protagonismo.

Outro tópico que é necessário considerar, em contraponto, é como esse cenário permite o aumento da disseminação de boatos. A dependência de consumir informações de maneira não tradicional, ou seja, de ter que utilizar uma mídia social para se informar sobre determinado assunto segmentado, pode ocasionar o consumo e compartilhamento de mensagens falsas. Ressalta-se, portanto, o papel fundamental do jornalismo, de checar, apurar e contextualizar informações.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. 3º Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 256 p.

ANDERSON, C. BELL, E. SHIRKY, C. Jornalismo Pós-Industrial. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, v. 1, n. 5, p. 32-89, abril, 2013.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 2º Ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

BRUNS, A. Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. *In: Brazilian Journalism Research*, v. 7, n. 2, p. 1-22, abril, 2011.

FIDALGO, A. Jornalismo Digital em Base de Dados: A resolução semântica no jornalismo online. *In: BARBOSA, S (org.). Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: Labcom - Universidade da Beira Interior, 2007.

GLASER, Mark. Your Guide to Citizen Journalism. **Media Shift**. 2006. Disponível em: <http://mediashift.org/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270/>. Acesso em: 03 set. 2019.

JENKINS, H; GREEN, J; FORD, S. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KELLEY, C. Burning Sun Scandal: A Timeline of Allegations, Arrests and Involvement of Several K-Pop Stars [Updated]. **Billboard**. 24 mar. de 2019. Disponível em: <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8503818/burning-sun-scandal-timeline-seungri-jung-joon-young>. Acesso em: 03 set. 2019.

MAIS... Mais um astro do K-pop abandona carreira após escândalo sexual. **O Globo**. 14 mar. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/mais-um-astro-do-pop-abandona-carreira-apos-escandalo-sexual-23521436>. Acesso em: 03 set. 2019.

MORETZSOHN, Sylvia. O "jornalismo cidadão" e o mito da tecnologia redentora. **Brazilian Journalism Research**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 63-81, dez., 2014.

RECUERO, R. Deu no Twitter, alguém confirma?: Funções do jornalismo na era das redes sociais. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*, 9, 2011, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: SBPjor, 2011.

RECUERO, R. Estudando discurso em mídia social: uma proposta metodológica. *In: SILVA, T; BUCKSTEGGE, J; ROGEDO, P (org.)*. **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília: IBPAD, 2018.

SAAD, E; BERTOCCHI, D. O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. *In: SAAD, E (org.)*. **Curadoria digital e o campo de comunicação**. São Paulo: ECA – USP, 2012, p. 22-39.

SILVA, C. Sexo, drogas e corrupção: astro do K-Pop, Seungri aposenta-se. **Metrópoles**. 11 mar. de 2019. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/sexo-drogas-e-corrupcao-astro-do-k-pop-seungri-aposenta-se>. Acesso em: 03 set. 2019.

SILVA, T. Curadoria, mídias sociais e redes profissionais: reflexões sobre a prática. *In: SAAD, Elizabeth (org.)*. **Curadoria digital e o campo de comunicação**. São Paulo: ECA - USP, 2012, p. 73-84.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2º Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.