



Matrizes

ISSN: 1982-2073

ISSN: 1982-8160

matrizes@usp.br

Universidade de São Paulo

Brasil

SANTOS, NINA; REIS, LUCAS

Os caminhos das mobilizações on-line antirracismo no Brasil em 2020

Matrizes, vol. 16, núm. 1, 2022, Enero-, pp. 235-256

Universidade de São Paulo

São Paulo, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i1p235-256>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143071289012>

- [Cómo citar el artículo](#)
- [Número completo](#)
- [Más información del artículo](#)
- [Página de la revista en redalyc.org](#)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Os Caminhos das Mobilizações On-line Antirracismo no Brasil em 2020

Following the Paths of the 2020 Online Anti-Racism Mobilizations in Brazil

NINA SANTOS^a

Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital. Salvador – BA, Brasil

LUCAS REIS^b

Zygon AdTech. Salvador – BA, Brasil

Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital. Salvador – BA, Brasil

RESUMO

O artigo visa compreender as dinâmicas de visibilidade da mobilização on-line antirracismo em 2020 no Twitter e na mídia tradicional on-line brasileira. Trabalhamos com dois materiais. O primeiro é um conjunto de tweets ($n = 5.811.499$) com menções ao *BlackLivesMatter* e ao *VidasNegrasImportam* de 12 de maio a 19 de julho. O segundo estuda 1.650 textos de sites de notícias brasileiros sobre os mesmos temas. Analisando a dinâmica da comunicação e a temporalidade em ambas as mídias, buscamos entender como o assunto foi tratado pela cobertura jornalística e pela mobilização dos usuários. Nossos resultados apontam que o Twitter incorpora primeiro episódios de violência aos movimentos antirracismo, enquanto a mídia tradicional oferece uma cobertura mais estável ao longo do tempo.

Palavras-chave: Mídia, Twitter, black lives matter, vidas negras importam, racismo

ABSTRACT

This article aims to understand the visibility dynamics around the 2020 online anti-racism mobilization on Twitter and online news media in Brazil. We work with two corpora. The first is a Twitter dataset ($n = 5,811,499$) with mentions to *blacklivesmatter* and *vidasnegrasimportam* from May 12th to July 19th. The second one comprehends 1,650 news stories published in national Brazilian news websites about the same two topics. By analyzing the communication dynamics and temporality on both media, we seek to understand how the issue was treated by journalistic coverage and by users' mobilization. Our results indicate that Twitter incorporates violence episodes to anti-racism movements before news media do. The latter, in turn, offer a more stable coverage over time.

Keywords: News media, Twitter, black lives matter, vidas negras importam, racism

^a Nina Santos tem pós-doutorado pelo Instituto Nacional de Ciência & Tecnologia em Democracia Digital e pesquisadora associada do Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias (Université Paris II). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1944-8599>. E-mail: nina.santos@inctdd.org

^b CEO da Zygon AdTech, pesquisador do Instituto Nacional de Ciência & Tecnologia em Democracia Digital e bolsista YLAI. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3323-2102>. E-mail: lucas@zygon.digital

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i1p235-256>

V.16 - Nº 1 Jan./abr. 2022 São Paulo - Brasil SANTOS | REIS p. 235-256

MATRIZES

MOVIMENTOS ANTIRRACISMO GANHARAM novo impulso no Brasil durante a pandemia da covid-19. Uma série de episódios de violência contra negros no Brasil e no exterior reacendeu o debate, bem como mobilizações pela justiça social e racial. Como veremos abaixo, esses movimentos ganharam força a partir do final de maio, após o assassinato de George Floyd, um homem afro-americano morto por um policial, em 25 de maio, na cidade americana de Minneapolis. Mas mesmo antes disso o Brasil já havia visto seus próprios casos de violência policial contra negros nos jornais e nas redes sociais.

O Brasil tem a maior população afrodescendente do mundo, e a violência contra ela é um problema rotineiro. De 2008 a 2018, o assassinato de negros aumentou 11,5%, enquanto diminuiu 13% em outras populações (Atlas da Violência, 2020). Além disso, ressaltamos que entre maio e julho o Brasil foi um dos principais países afetados pela covid-19, implementando uma política generalizada de isolamento social. Durante esse período, as pessoas foram estimuladas a ficar em casa e a sair apenas para as atividades necessárias. O contexto da pandemia resultou em um triplo aumento da violência contra essa população já marginalizada. Primeiro, houve um aumento das ações fatais dos policiais, resultando em mais mortes; em segundo lugar, dados apontam que a covid-19 no Brasil matou quatro vezes mais negros com baixos níveis de escolaridade, em comparação a brancos com altos níveis de escolaridade; em terceiro lugar, a população negra é a mais exposta a condições precárias de moradia e de empregos. Nesse contexto, a compreensão da dinâmica dos movimentos antirracismo torna-se ainda mais crucial, e os ambientes digitais ganham centralidade como espaços de visibilidade, diálogo e mobilização.

Considerando esse cenário, este artigo tem como objetivo compreender a dinâmica comunicacional dos movimentos on-line antirracismo em 2020 no Brasil. O conteúdo on-line sobre o tema foi organizado principalmente usando a #BlackLivesMatter – que foi criada em 2013 e alcançou vários picos de visibilidade desde então – e sua versão em português, #VidasNegrasImportam. Esses dois rótulos guiarão a composição do nosso material. A análise está centrada em dois ambientes de comunicação: o Twitter, como palco central do ativismo político (Arceneaux & Weiss, 2010; Meraz & Papacharissi, 2013; Rogers, 2014), e os meios de comunicação on-line, como importante mídia na construção do debate público.

A primeira seção do artigo estabelece o contexto e a história dos movimentos on-line antirracismo, enquanto na segunda discutimos os papéis e possibilidades da mobilização do Twitter e a cobertura on-line de notícias em um sistema híbrido de mídia (Chadwick, 2013), direcionando a questão da pesquisa e as hipóteses

que serão exploradas neste artigo. Em seguida, apresentamos nossos métodos e discutimos nossos resultados antes de tirarmos algumas conclusões e nomeações para futuras pesquisas.

MOBILIZAÇÃO ON-LINE ANTIRRACISMO

A hashtag #BlackLivesMatter foi criada em julho de 2013 (Freelon et al., 2016), em um período chamado por Karatzogianni e Schandorf (2012) de a quarta fase do ativismo on-line. Naquele momento, as mobilizações políticas on-line não eram mais uma novidade e estavam se tornando populares. Essa fase incluiria os protestos da Primavera Árabe (2011), bem como os da Grécia (2011), Espanha (2011), Nigéria (2012), Brasil (2013) e Turquia (2013), e foi caracterizada pela adoção de plataformas de comunicação privadas e tradicionais. A partir de então, o uso político das mídias sociais foi frequentemente visto como uma possibilidade de inclusão de novas vozes e de resistência contra governos autoritários. Sete anos depois, #BlackLivesMatter ainda está ativa, e a visão sobre o ativismo on-line mudou radicalmente, especialmente após o escândalo da Cambridge Analytica, que levantou preocupações sobre o contexto da eleição de Trump nos EUA e do referendo do Brexit no Reino Unido. No Brasil, esse novo período de ativismo político é fortemente marcado pela campanha presidencial de 2018, que resultou na eleição de Jair Bolsonaro.

Não só o ativismo do Black Lives Matter sobreviveu a todo esse período que compreende visões muito diferentes sobre o uso político da tecnologia, mas também se desdobrou muito além de uma hashtag no Twitter (Freelon et al., 2016). O movimento também ganhou repercussão internacional, inclusive no Brasil, onde o racismo é um enorme problema (Almeida, 2019).

Apesar de ter sido criada em 2013, a #BlackLivesMatter começou a ganhar grande atenção apenas em agosto de 2014. Um estudo do Center for Media & Social Impact baseado no total de tweets com a hashtag mostra que, embora tenha aparecido apenas em 48 tweets públicos em junho de 2013 e em 398 tweets em julho de 2014, esse número disparou para 52.288 em agosto do mesmo ano (Freelon et al., 2016). Essa mudança está diretamente associada aos protestos em Ferguson, nos EUA.

De 2014 a 2020, a longevidade do #BlackLivesMatter é inédita em comparação a outras hashtags usadas para causas sociais (Figura 1). Outro estudo, desta vez do Pew Research Center, atesta que a hashtag #BlackLivesMatter teve uma presença relativamente consistente no Twitter de 2013 até 2018, com picos relacionados a grandes eventos (Anderson et al., 2018).

A pesquisa mostra que

um dos picos mais notáveis ocorreu durante um período de aproximadamente 10 dias no verão de 2016. Em 5 de julho daquele ano, Alton Sterling foi morto a tiros por policiais em Baton Rouge, Louisiana. No dia seguinte, Philando Castile foi baleado e morto por um policial nos subúrbios de Saint Paul, Minnesota. Em 7 de julho, um atirador matou cinco policiais e feriu vários outros em Dallas, Texas, e em 17 de julho outro atirador atacou a polícia em Baton Rouge, Louisiana, matando três policiais e ferindo outros três. Durante os 10 dias que se estenderam de 7 a 17 de julho de 2016, a hashtag #BlackLivesMatter foi mencionada em uma média de quase 500.000 tweets diários¹. (Anderson et al., 2018, p. 13)

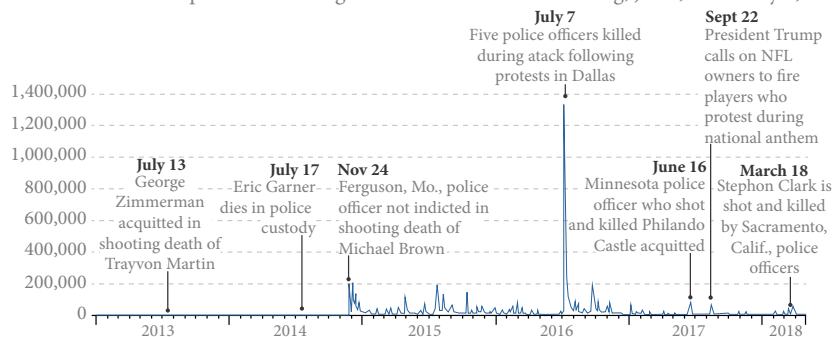
¹ No original: "one of the most notable of these spikes occurred over a period of roughly 10 days in the summer of 2016. On July 5 of that year, Alton Sterling was fatally shot by police officers in Baton Rouge, Louisiana. The following day, Philando Castile was shot and killed by a police officer in the suburbs of Saint Paul, Minnesota. On July 7, a gunman killed five police officers and wounded several others in Dallas, Texas, and on July 17 another shooter attacked law enforcement in Baton Rouge, Louisiana, killing three officers and wounding three others. Over the 10 days spanning July 7-17, 2016, the #BlackLivesMatter hashtag was mentioned an average of nearly 500,000 tweets daily". Esta e demais traduções, dos autores.

Figura 1

Linha do tempo do #BlackLivesMatter de 2013 a 2018

Use of the #BlackLivesMatter hashtag on Twitter periodically spikes in response to major news events

Number of Twitter posts mentioning the #BlackLivesMatter hashtag, Jan. 1, 2013-May 1, 2018



Source: Pew Research Center analysis of publicly available tweets using Crimson Hexagon.

"Activism in the Social Media Age"

PEW RESEARCH CENTER

Nota. Reproduzido de *Activism in the Social Media Age*, por M. Anderson, S. Toor, L. Rainie e A. Smith, 2018, p. 14. Copyright 2018 Pew Research Center.

Estudos também apontam que a maioria das mensagens com a hashtag #BlackLivesMatter são postadas em solidariedade ao movimento (Ince et al., 2017) e que eventuais contramovimentos – como #AllLivesMatter – aparecem em menor quantidade em comparação com o movimento original (Freelon et al., 2016; Haffner, 2019). No entanto, não devemos considerar isso como um movimento homogêneo. Haffner (2019), por exemplo, desenvolveu uma análise que mostra que a adesão ao movimento variava significativamente de acordo com a composição racial das localidades. Também é necessário considerar que essas descobertas sobre #BlackLivesMatter devem ser vistas no contexto de várias

pesquisas que mostram uma relação entre ataques raciais, discursos de ódio e mídia on-line (Roshani, 2020; Rossini, 2020; Trindade, 2020).

Em 2020 a hashtag voltou a subir após o assassinato de George Floyd, em 25 de maio. Mas a repercussão do movimento no Brasil também teve suas próprias causas nacionais. No dia 19 de maio, João Pedro, de 13 anos, foi morto pela polícia no Rio de Janeiro em meio a um tiroteio. Em 2 de junho, Miguel, de cinco anos, caiu do nono andar de um prédio enquanto sua mãe, que trabalhava como empregada doméstica, passeava com os cães de sua patroa. Ela foi obrigada a levar seu filho para o trabalho devido ao fechamento das escolas e pediu que sua patroa cuidasse dele enquanto ela passeava com os cães. No dia 12 de julho, um grande programa de televisão (*Fantástico*, exibido na noite de domingo) revelou que uma mulher havia sido agredida pela polícia de São Paulo de forma muito semelhante à agressão imposta contra George Floyd. E esses foram apenas os casos que ganharam grande visibilidade nacional.

Em reação a isso, a questão do racismo e dos movimentos antirracismo ganhou o debate público através das ações dos ativistas e da cobertura jornalística. Nas redes sociais, além da hashtag original #BlackLivesMatter, a expressão também foi traduzida para o português como #VidasNegrasImportam. No noticiário, a cobertura também se tornou mais intensa. O papel desses dois ambientes de comunicação é o tema que vamos explorar na próxima seção.

COBERTURA DE NOTÍCIAS E MOBILIZAÇÃO DO TWITTER EM UM SISTEMA HÍBRIDO DE MÍDIA

O uso de plataformas de redes sociais on-line para ativismo não é um tema novo no campo da pesquisa de comunicação. Uma bibliografia ampla abrange a relação entre mecanismos on-line e engajamento político (Aguiton & Cardon, 2008; Badouard, 2013; Bakardjieva, 2015; Bennet & Sergerberg, 2012; Gerbaudo, 2012; Gomes, 2011; Kavada, 2015; Mabi & Gruson-Daniel, 2018; Valenzuela, 2013), e o tema ganha interesse especial da área científica a partir de 2010 (Gomes, 2011). No entanto, se a relação entre mídia digital e ativismo tem uma ampla bibliografia, isso não necessariamente considera questões importantes do sistema híbrido de mídia contemporâneo (Chadwick, 2013) e frequentemente apresenta o chamado viés midiático (Mattoni & Treré, 2014) ou adota uma abordagem simplista da tecnologia (Della Porta, 2013), resultando em visões excessivamente tecnodeterministas do fenômeno.

É por isso que a ideia de um sistema híbrido de mídia, proposto por Chadwick (2013), parece ser uma perspectiva adequada para nossa análise.

² No original: “to integrate the roles played by older and newer media in political life”.

O autor explica que a concepção emerge da premissa de que é necessário tentar “integrar os papéis desempenhados pelas mídias mais antigas e mais novas na vida política”² (p. 4). Essa abordagem evitaria a análise reducionista centrada apenas em mídias supostamente novas ou antigas; em vez disso, ela foca em suas interações.

³ No original: “recognizable for their lineages but also genuinely new”

Segundo Chadwick (2013), ao pensar na relação em constante evolução entre a mídia e a política, define o conceito de hibridismo, que nos permite integrar três elementos cruciais: complexidade, interdependência e transição. Para o autor, o conceito faz uma ponte interessante entre o velho e o novo, sendo os híbridos “reconhecíveis por suas linhagens, mas também genuinamente novos”³ (p. 14). A novidade emerge, então, não de elementos completamente novos, mas da recombinação de elementos pré-existent.

⁴ No original: “Particulate hybridity is the outcome of power struggles and competition for preeminence during periods of unusual transition, contingency, and negotiability”.

Embora a relação entre novo e velho nem sempre seja oposicionária, é frequentemente combinada com tensões e disputas, tornando o componente de poder muito central. Essas disputas criam um ambiente instável e um equilíbrio mutável entre diferentes lógicas midiáticas. “A hibrididade articulada é o resultado de lutas de poder e competição por preeminência durante períodos de transição, contingência e negociabilidade incomuns”⁴ (Chadwick, 2013, p. 15).

Para abordar a questão das mobilizações antirracismo, considerando a existência de um sistema híbrido de mídia, projetamos nossa questão de pesquisa em torno da articulação de mídias antigas e novas sobre o ambiente on-line: Quais são os fluxos de dinâmica das informações sobre os movimentos antirracismo em 2020 no Brasil, no Twitter e nos meios de comunicação on-line?

Essa questão nos permite investigar as diferentes maneiras pelas quais os movimentos antirracismo aparecem nesses pontos médios e eventuais de contato entre eles. A primeira questão que nos interessa é como os movimentos aparecem em ambas as mídias durante o período de dois meses do nosso material.

Trabalhar com duas mídias diferentes implica considerar duas lógicas de mídia diferentes (Dahlgren, 2009) que resultam em dinâmicas diferentes de mediação e visibilidade (Alves, 2019; Santos, 2019). Na mídia de notícias, a discussão sobre a mediação é centrada no papel dos jornalistas e do próprio noticiário como guardiões legítimos, responsáveis por escolher o que deve ser levado ao grande público (Meraz & Papacharissi, 2013; Segerberg & Bennett, 2011; Shoemaker & Reese, 1996).

Ao descrever o processo de visibilidade gerado pela mídia de notícias no Brasil, Gomes e Almada (2014) se baseiam na ideia de ondas de notícias. De acordo com essa abordagem, a mídia geraria uma concentração e convergência de cobertura em torno de um problema durante um determinado período que diminuiria enquanto outro problema emerge (Brosius & Kepplinger, 1995). A onda seria gerada por um evento-chave e se desenvolveria

por meio de reações a ela, a partir do sistema político e de outros atores implicados. Esses eventos-chave seriam definidos como diferentes ou peculiares, pois implicam um desdobramento do tema na cobertura jornalística (Gomes & Almada, 2014).

Nas mídias sociais on-line a dinâmica é diferente. Com o maior número de pessoas que podem publicar informações surgem novos tipos de mediação, não necessariamente relacionadas a mídias tradicionais. Ideias de um ambiente de comunicação baseado em uma dinâmica de autocomunicação em massa (Castells, 2009), com a existência de públicos pessoais (Schmidt, 2014) expostos a conteúdos automediados (Cammaerts & Jiménez-Martínez, 2014) ganham o debate. Todos eles destacam o papel central dos indivíduos no sistema de comunicação.

É necessário considerar que uma nova sociabilidade emerge também desse ativismo on-line. Segundo Gomes (2016), hiperconexão, transmissão própria, comentários sociais e edição social seriam suas principais características. O primeiro levaria ao fim da separação entre *real* e *virtual*. A ação de *ficar on-line* perde sentido, uma vez que a conexão com o mundo on-line se torna constante e dissociada dos computadores como objetos físicos – especialmente com a crescente importância do uso móvel. O digital não seria mais uma realidade separada. O segundo refere-se ao aumento das possibilidades de transmissão em tempo real das ações. Gomes (2016) destaca que isso não se restringe a uma perspectiva narcisista, mas também ligada a atividades políticas, como nova possibilidade de empoderamento do cidadão.

O terceiro elemento desta nova sociabilidade apontada pelo autor seria o compartilhamento e a reapropriação de conteúdo como forma de ação política. O autor chama essa característica de “efeito arquibancada”⁵, ou seja, o público que não está no centro da ação também pode interferir nela, ajudando a disseminar conteúdo relacionado. Essa reação ao conteúdo pode ser feita através de comentários ou edição, o que criaria um papel complementar entre aqueles que atuam publicando conteúdo sobre sua presença em um protesto e aqueles cuja ação política consiste em reagir a esse conteúdo e ajudar a difundi-lo.

Considerando que essas diferentes lógicas gerariam dinâmicas de visibilidade diversificadas entre as mídias tradicionais e as mídias sociais, supomos que não haverá correlação positiva entre a linha do tempo de publicação da mobilização antirracismo no Twitter e sua cobertura na mídia tradicional on-line (H1).

As diferenças entre a dinâmica de comunicação em torno das mobilizações antirracismo em 2020 no Twitter e na mídia tradicional também podem ser analisadas em termos de sua duração. Ambos os eventos poderiam ser vistos como de curta duração, de acordo com o conceito de Braudel (1969),

⁵ O *efeito arquibancada* faz referência ao papel dos torcedores de times esportivos que, mesmo não estando na quadra de jogo, podem influenciá-lo por seu apoio àqueles que são os principais responsáveis pela ação. Na cultura americana isso seria algo como o *quarterback* da poltrona.

que considera esse tipo de evento como ultrasensível e com oscilação breve, rápida e nervosa. Para ele

É o mais empolgante, o mais rico da humanidade, o mais perigoso também. Sejam cautelosos com essa história ainda ardente, sentida por seus contemporâneos, descrita, vivida ao ritmo de suas vidas, breve como a nossa. Tem a dimensão de sua raiva, seus sonhos, suas ilusões⁶. (Braudel, 1969, p. 12)

⁶ No original: "It is the most exciting, the richest in humanity, the most dangerous too. Let us be wary of this still burning history, felt by their contemporary, described, lived at the rate of their lives, brief like ours. It has the dimension of their anger, their dreams, their illusions".

Mas o fato é que vários autores apontam a aceleração do tempo como um fenômeno de nossas sociedades (Abranches, 2020; Lohmeier et al., 2020; Santos, 2000) e a mídia on-line é certamente uma parte central disso. Nesse sentido, embora ambos possam ser considerados curtos em um ponto de vista histórico, os eventos nas mídias sociais e de notícias tendem a apresentar diferenças significativas quanto a duração.

Como descrito acima, enquanto a mídia tradicional tende a confiar em ondas de notícias, as mídias sociais são baseadas em uma polifonia de opiniões e decisões tomadas por uma multiplicidade de atores. Sendo assim, enquanto a mídia tradicional se baseia em uma lógica profissional de gerar cobertura sobre um determinado tema, nas mídias sociais a expressão de interesse tende a ser muito mais descentralizada e efêmera.

Assim, consideramos que a discussão sobre os movimentos antirracismo em 2020 no Brasil será mais volátil no Twitter do que na mídia tradicional (H2) e que, após o pico de visibilidade, a tendência de queda será mais forte no Twitter do que na mídia tradicional (H3).

Mas não só as linhas do tempo do movimento se desenvolverão de forma diferente ao longo do período de análise, o ponto de partida da mobilização e da cobertura em torno dos movimentos antirracismo será diferente no Twitter e na mídia tradicional. De acordo com os resultados encontrados por Gomes e Almada (2014) ao analisarem as ondas de notícias no principal telejornal brasileiro: "Um evento-chave não é simplesmente um evento. Ele precisa ser entendido como parte de algo contínuo, de um desdobramento, como fenômeno ou conjunto de consequências" (p. 17).

Essa caracterização dos eventos-chave que gerarão cobertura – na mídia tradicional – e mobilização – no Twitter – em torno do movimento antirracismo parece especialmente importante aqui. Devido às diferentes dinâmicas dos ambientes de comunicação – mídia tradicional baseada na cobertura jornalística e Twitter baseado nos processos de mobilização, assumimos que o evento-chave começará primeiro no Twitter e depois na cobertura jornalística. Isso porque, embora os casos de violência contra negros sejam tratados

como notícia pela imprensa, eles não estão imediatamente associados a um fenômeno longo e tendem a ser tratados como episódicos. Nesse sentido, a cobertura dos primeiros casos de violência policial pode não estar associada ao movimento antirracismo, não aparecendo em nossos dados. Por outro lado, considerando que o Twitter é um ambiente de comunicação muito mais propício à mobilização, essa associação apareceria mais cedo. O Twitter negro, por exemplo, caracterizou um movimento de resistência e organização política entre comunidades negras – tanto nos EUA quanto no Brasil – que pode ser visto como um contra público na arena digital (Hill, 2018). Assim, presumimos que a associação entre casos de violência policial e o movimento antirracismo aparece primeiro no Twitter e então é incorporado pela mídia tradicional (H4).

E devido à caracterização do uso do Twitter como espaço de mobilização, esperamos que os hiperlinks ao conteúdo externo não sejam diretamente afetados pela quantidade de mídia tradicional sobre o movimento. Uma pesquisa anterior sobre a mobilização das hashtags pró e contra o presidente Bolsonaro durante a pandemia mostrou que a porcentagem de links é relativamente baixa e que a mídia tradicional representa apenas uma pequena parte deles (Santos, 2021). Também em estudos anteriores sobre o movimento Black Lives Matter nos EUA, a presença de links de mídia tradicional foi questionada. Freelon et al. (2016) descobriu que “manifestantes e seus apoiadores eram geralmente capazes de circular suas próprias narrativas no Twitter sem depender de grandes meios de comunicação”⁷ (p. 5). Nossa quinta hipótese vai nesse sentido, presumindo que não haverá correlação positiva entre o número de artigos de notícias publicados e o uso de links em tweets (H5).

⁷ No original: “protesters and their supporters were generally able to circulate their own narratives on Twitter without relying on mainstream news outlets”.

MÉTODOS

Para desenvolver este estudo, foi considerado o período de dez semanas entre 12 de maio e 19 de julho. Como escrito acima, George Floyd foi morto em 25 de maio, então nossos dados analisam duas semanas antes do grande pico de atenção para o assunto. Este recorte também nos permitiu cobrir a data da abolição da escravidão no Brasil (13 de maio).

Dois materiais foram construídos dentro deste recorte. Para coletar dados do Twitter, utilizamos uma versão ajustada da biblioteca Twint do Python, ajustada para coletar menções em português para as hashtags #BlackLivesMatter e #VidasNegrasImportam. Reunimos todos os tweets originais (não consideramos retweets) e suas 37 metainformações. Foram obtidos 5.811.499 tweets após

a desduplicação. Devido ao tamanho, os conjuntos de dados foram hospedados em uma conta MongoDB e o PyMongo (outra biblioteca do Python) foi usado para executar consultas de análise.

Optamos por trabalhar com hashtags pois são objetos originalmente digitais que servem múltiplas funções e são especialmente usados para organizar e se engajar no ativismo (Omena et al., 2020). Não podemos desconsiderar que a criação de hashtags não é necessariamente consequência de uma ação humana e muitas vezes está relacionada às atividades de robôs. Mas, para o propósito deste artigo, essa possibilidade de apropriação corrobora nossa compreensão do engajamento da hashtag como ações coletivamente formadas mediadas por interfaces técnicas (Omena et al., 2020). Elas estão, portanto, sujeitas a ofertas e restrições no ambiente de comunicação em que estão inseridas.

O tamanho do nosso material no Twitter é bastante significativo em comparação com pesquisas anteriores. Ince et al. (2017) estimam que houve 660 mil tweets com a hashtag #BlackLivesMatter durante 11 meses de 2014, enquanto Freelon et al. (2016) identificaram 4.312.599 menções ao termo no período de um ano, entre junho de 2014 e maio de 2015. Anderson et al. (2018) fazem uma análise mais longa, de julho de 2013 a maio de 2018, identificando 30 milhões de menções ao longo do período, uma média de 17 mil por dia. É necessário considerar que todos esses estudos são baseados em material em inglês, a língua original do movimento, em que as menções devem ser maiores.

Nosso segundo material foi composto por artigos de mídia tradicional on-line. Para coletar dessa fonte, utilizamos o Media Cloud (<https://mediacloud.org/>), uma plataforma aberta para extrair dados de meios jornalísticos on-line. Artigos que citavam “Black Lives Matter” ou “Vidas Negras Importam” foram coletados durante o mesmo período da coleta no Twitter. Assim, foram obtidos 1.650 artigos diferentes.

Após uma pré-análise usando o PyMongo, uma versão de conjunto de dados viável do Twitter foi gerada como um arquivo json. Os dados do Mediacloud estavam nos arquivos CSV. Ambos foram analisados utilizando o software Tableau para identificar padrões, ver tendências e calcular algumas métricas. Por fim, os últimos cálculos foram feitos em arquivos Excel. A maioria das análises que fazemos aqui são estatísticas descritivas ou exploratórias, o melhor para responder à nossa questão de pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

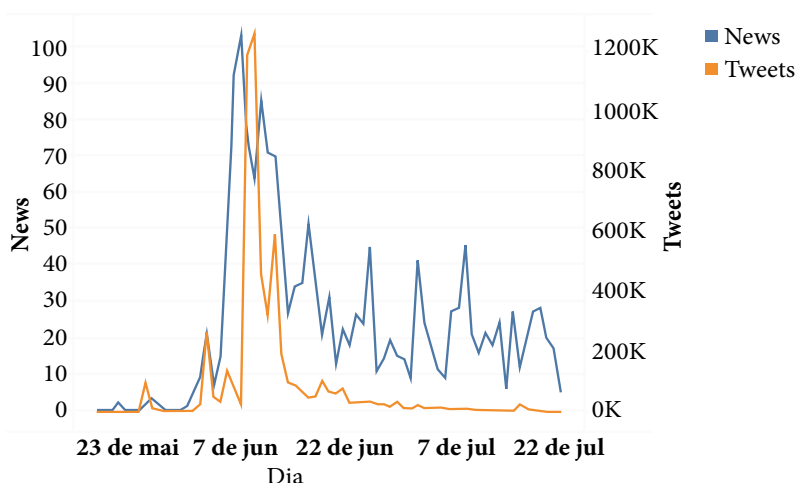
Para investigar a dinâmica e as interinfluências entre os fluxos de informação sobre os movimentos antirracismo em 2020 no Brasil no Twitter

e nos noticiários on-line, começamos testando nossa primeira hipótese. Sugerimos que as dinâmicas da comunicação no Twitter e nos meios de comunicação são diferentes em tantos aspectos que não haverá correlação entre os cronogramas de publicação em ambos os ambientes de comunicação.

Para testar isso, primeiro calculamos a correlação de Pearson para todo o nosso período de análise. O resultado foi de 0,54, sugerindo uma correlação positiva entre as tendências da publicação no Twitter e nas mídias tradicionais on-line. Como podemos ver na Figura 2, ambas as linhas do tempo apresentam o mesmo padrão: baixo volume no início da linha do tempo, com um pico enorme logo depois, seguido de uma longa redução até o final do período estudado. Então, testando a linha do tempo como um todo, nossa hipótese foi negada.

Figura 2

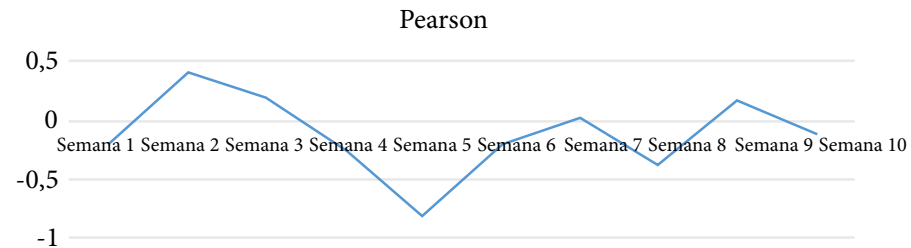
Linhas do tempo do Twitter e da mídia tradicional on-line



Nota. Elaborado pelos autores.

Mas isso não pareceu suficiente, considerando que a dinâmica era significativamente diferente em alguns dos períodos analisados. Então, decidimos calcular a correlação dentro de cada semana do período estudado e lá vimos (Figura 3) um cenário muito diferente.

Por um lado, as semanas 2 e 3 mostram maior correlação e concentram a maior parte do conteúdo publicado. Este período é fortemente influenciado pelo assassinato de George Floyd e os protestos de rua em reação a ele. Portanto, houve um evento externo que impulsionou a produção de conteúdo tanto na mídia tradicional quanto no Twitter.

Figura 3*Correlação entre o Twitter e os cronogramas da mídia tradicional on-line por semana**Nota.* Elaborado pelos autores.

Por outro lado, a semana 5 apresenta forte correlação negativa, seguida pela semana 8, com negativa significativa. Assim, olhando para períodos mais curtos, nos quais a dinâmica endógena de cada mídia é mais evidente, podemos ver que, embora a tendência geral esteja positivamente correlacionada, há diferenças internas significativas durante o período estudado. Em outras palavras, em um recorte mais longo, ambas as linhas do tempo tendem a seguir eventos externos, com ritmos diferentes, mas com uma tendência semelhante: volumes mais baixos antes de um evento-chave, um aumento rápido levando a um enorme pico logo após o evento-chave, e uma lenta diminuição depois disso. No entanto, se quebrarmos um grande período em períodos menores, a diferença do ritmo fica mais relevante. Correlações positivas significativas aparecem apenas em duas das semanas analisadas. Assim, podemos dizer que nossa primeira hipótese foi parcialmente negada.

Para se aprofundar nessa questão, abordamos nossa segunda e terceira hipóteses, que exploram a temporalidade da cobertura na mídia tradicional e a mobilização no Twitter. Primeiramente, esperávamos uma volatilidade maior no Twitter do que em sites de notícias (H2). Para testar essa hipótese, calculamos o desvio padrão, média e mediana, e a proporção entre desvio padrão e média. Quanto maior essa proporção, maior a volatilidade em nossa amostra. Da mesma forma, quanto maior a diferença entre média e mediana, mais dispersos são os números em nosso material.

As Figuras 4 e 5 mostram que, enquanto para a mídia tradicional a diferença entre média e mediana foi relativamente pequena (26%), 24 contra 19, para o Twitter a diferença foi enorme: 546%, com mediana de 13.396 e média de 84.224. Isso mostra como os volumes diários variam muito mais intensamente no Twitter em comparação com sites de notícias.

Além disso, no Twitter, o desvio padrão representou média de 263% e mediana de 1.658%. Na mídia tradicional, a mesma análise mostrou um resultado de 98% e 123%, respectivamente. Por fim, o pico de publicações no

Twitter representou 15 vezes a média das publicações (e 94 vezes de mediana), enquanto nos noticiários on-line o pico foi quatro vezes maior que a média, enquanto representou cinco vezes a mediana. Então, nossa H2 foi confirmada: a dinâmica dos movimentos antirracismo do Twitter era mais volátil do que a da mídia tradicional on-line.

Figura 4

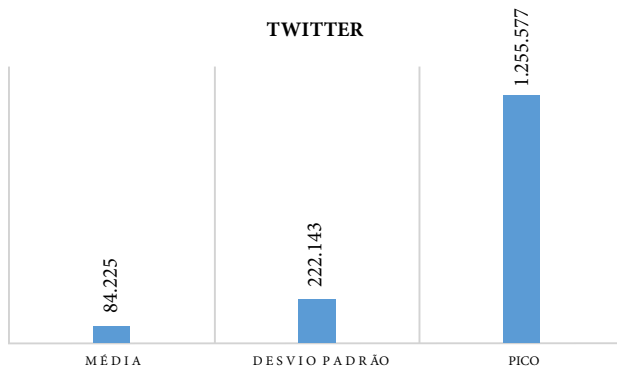
Média, desvio padrão e pico na mídia tradicional on-line



Nota. Elaborado pelos autores.

Figura 5

Média, desvio padrão e pico no Twitter



Nota. Elaborado pelos autores.

Em termos de temporalidade, também dedicamos atenção específica ao momento após o pico. Nesse sentido, investigamos a intensidade da diminuição das publicações, esperando que houvesse uma redução mais forte do volume no Twitter do que na mídia tradicional (H3).

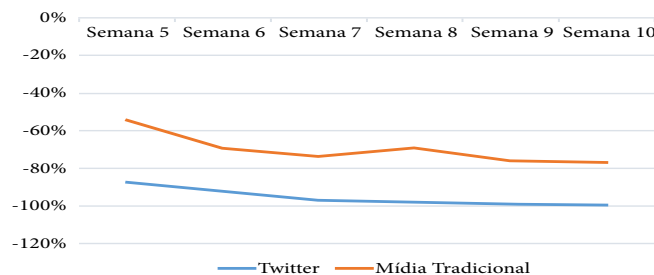
Para fins de análise, nós consideramos apenas da semana cinco à semana dez de nosso material, desde que o pico ocorreu na semana quatro tanto para

o Twitter quanto para os meios de notícias on-line. Nós, então, comparamos a intensidade de queda em ambos os ambientes de comunicação.

Como podemos ver nas Figuras 6 e 7, nossa hipótese está confirmada. Após a quarta semana, a intensidade de queda foi maior no Twitter. O volume do tweet na semana 5 foi 87% menor do que no pico, enquanto na mídia tradicional esse número foi mais suave (54%). Em todas as semanas após o pico, o Twitter apresentou redução no volume, enquanto a mídia tradicional mostrou aumento. Além disso, também podemos ver que a tendência de queda é mais forte no Twitter que na mídia tradicional.

Figura 6

Índices de redução por semana no Twitter e na mídia tradicional on-line.

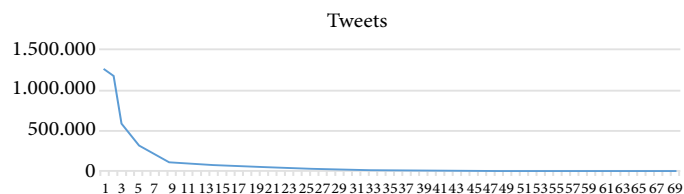


Nota. Elaborado pelos autores.

No entanto, devemos destacar que essas descobertas não significam que o movimento antirracismo desapareceu do Twitter. O volume de tweets na semana 10 foi quase 10 vezes maior do que na semana 1, o que mostra uma resiliência do assunto nesta plataforma de mídia social. A distribuição das publicações do Twitter segue rigorosamente a chamada regra Pareto (Pareto, 1971), comumente encontrada em fenômenos digitais orgânicos (Reis, 2018). As duas semanas (20% do período analisado) com o maior volume concentram 80% dos tweets.

Figura 7

Índice de queda no Twitter por dia



Nota. Elaborado pelos autores.

A mídia tradicional, por outro lado, mostra um padrão em que a cobertura se estende ao longo do tempo com mais nuances. Isso pode estar relacionado ao próprio trabalho jornalístico, que tende a buscar e causar repercussões em torno dos temas da pauta, fenômeno que pode ser abordado através da lógica das ondas de notícias (Gomes & Almada, 2014).

Nosso quarto teste de hipóteses também levará em conta essa diferença de lógica entre o Twitter e a mídia tradicional. Enquanto o primeiro é um lugar mais adequado para o ativismo, o segundo funciona de acordo com a indústria jornalística. Nesse sentido, presumimos que a associação entre casos de violência policial contra negros e o movimento antirracismo apareceria primeiro no Twitter (H4). Isso significa que os primeiros casos de violência policial estariam rapidamente associados aos movimentos Black Lives Matter e Vidas Negras Importam no Twitter, enquanto na mídia tradicional essa relação levaria algum tempo para ser incorporada.

Como podemos ver na Figura 8, houve um pico de menções no Twitter em 19 de maio. Esse volume foi provocado pela repercussão do assassinato de João Pedro, um menino negro brasileiro, morto por uma bala policial no Rio de Janeiro e cujo corpo desapareceu por 17 horas. No Twitter, este caso criou uma onda de tweets relacionados aos movimentos antirracismo, o que não ocorreu na cobertura dos meios de notícias on-line.

Isso não significa que a mídia tradicional não cobriu o caso. Encontramos 32 artigos de mídia que o mencionavam, mas não o associavam aos movimentos antirracismo. No caso dos meios de comunicação, o evento-chave que desencadeará uma onda de notícias sobre os movimentos é o assassinato de George Floyd, quase dez dias depois. Então, como podemos ver, os tweets foram mais rápidos em associar a violência policial com movimentos antirracismo, e atribuímos isso a um papel mais ativista dos usuários no Twitter.

Assim, embora uma visão geral do fenômeno sugira que a dinâmica em ambos os ambientes de comunicação esteja altamente correlacionada, um olhar mais atento mostra diferenças significativas entre eles. A associação entre a violência policial contra os negros e o movimento antirracismo é feita mais rapidamente no Twitter do que na mídia tradicional. Como mencionamos, o primeiro caso de violência policial do período estudado (o assassinato de João Pedro, em 18 de maio) teve cobertura da mídia, mas não relacionada ao movimento, o que aconteceu imediatamente no Twitter.

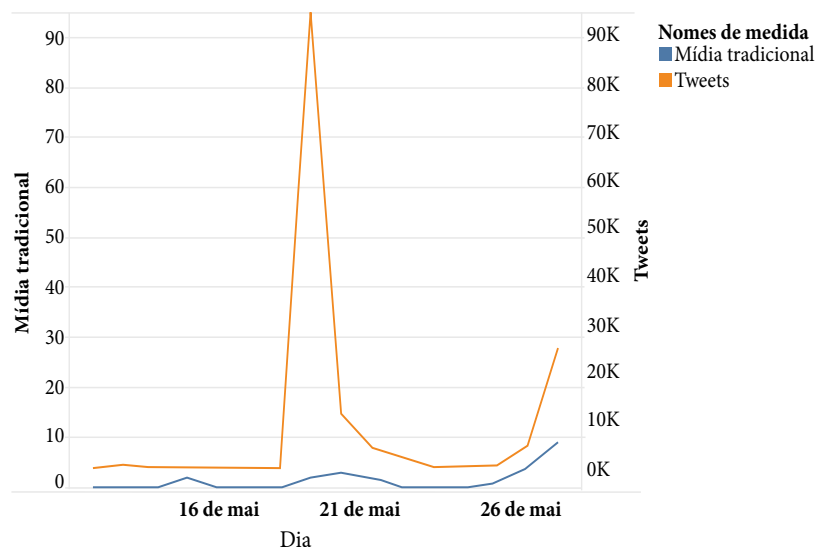
Ou seja, apesar de ser considerado um fato digno de cobertura, o assassinato de João Pedro em si não foi capaz de desencadear uma onda de notícias sobre os movimentos antirracismo, uma onda que começará a se formar nos sites jornalísticos após o assassinato de George Floyd. Isso pode ser interpretado de

acordo com a lógica das ondas de notícias, na qual as notícias seriam baseadas em temas sucessivos explorados até a exaustão, buscando gerar repercussões com diferentes atores sociais (Gomes & Almada, 2014). Essas ondas “seriam desencadeadas por eventos-chave, que são definidos como eventos diferentes ou peculiares, pois geram um desdobramento de um determinado tema nas notícias” (p. 17). Ao analisar a cobertura no Jornal Nacional, os autores concluem, no entanto, que “o evento-chave não é simplesmente um mero evento. Ele precisa ser entendido como parte de algo contínuo, de um desdobramento, como fenômeno ou conjunto de consequências” (p. 17).

Se por um lado a dinâmica das ondas de notícias não pareça incorporar a lógica ativista tão rapidamente quanto o Twitter, por outro, também gera uma cobertura do tema que é mais volátil. As duas semanas com maior volume de artigos publicados representaram apenas 45% do total (no Twitter representaram quase 80%). Novamente, isso está relacionado ao trabalho jornalístico em si, que tende a buscar e causar repercussões em torno dos temas da pauta nos sites de notícias. No Twitter, uma parte significativa das publicações não é feita por profissionais comprometidos em manter o tema em voga. Assim, o volume de menções cai rapidamente, mesmo que não desapareça completamente, pois o volume da décima semana foi dez vezes maior do que na primeira.

Figura 8

O efeito do assassinato de João Pedro no Twitter e na mídia tradicional on-line



Nota. Elaborado pelos autores.

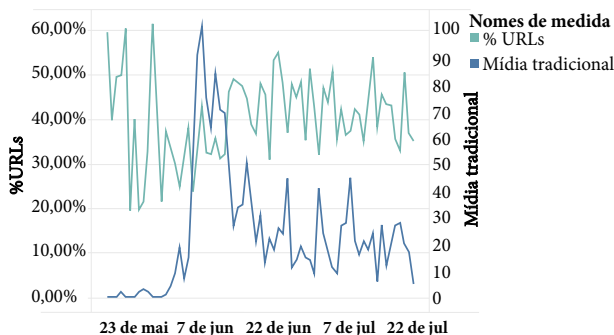
Também precisamos destacar a possibilidade de diferença na cobertura da mídia entre casos nacionais e internacionais de racismo. Nosso estudo não inclui análises qualitativas e, portanto, não nos aprofundamos nessa questão, mas as relações históricas de poder podem sugerir que os eventos dos EUA tendem a ganhar intensa cobertura na mídia brasileira. Não só eventos de países dominantes ganham atenção na mídia nacional, mas também servem como atores importantes no enquadramento do que são considerados problemas sociais. Por outro lado, articulações anteriores no Twitter relacionadas a comunidades negras – como o Twitter negro – podem ter acelerado a incorporação do tema nesse ambiente de comunicação.

Nossas últimas hipóteses se concentram em possíveis interinfluências entre a dinâmica da mídia e a do Twitter. Então testamos para ver se o número de artigos de notícias estava positivamente correlacionado com o número de links presentes em tweets. Com base em pesquisas anteriores (Freelon et al., 2016), nossa suposição era de que não haveria uma correlação positiva.

O resultado da correlação de Pearson mostrou-se ligeiramente negativo entre as duas variáveis de -0,14. A Figura 9 ilustra nossas descobertas: o aumento ou diminuição na publicação de artigos de mídia tradicional on-line não afeta o uso de links no Twitter. Este resultado é confirmado mesmo quando olhado por um período semanal. Apenas em uma das dez semanas do nosso conjunto de dados houve uma correlação positiva, enquanto em cinco semanas não há correlação, e em quatro há uma correlação negativa. Isso pode sugerir que o conteúdo produzido pelos meios de comunicação não foi muito utilizado na conversa do Twitter. Para avançar nessa relação entre a dinâmica da comunicação, mas também a circulação de conteúdo, são necessárias mais pesquisas.

Figura 9

Correlação entre o número de artigos de mídia tradicional on-line e o número de links em tweets



Nota. Elaborado pelos autores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, tentamos contribuir para a compreensão da dinâmica de comunicação por trás dos movimentos on-line antirracismo no Brasil, abordando a dinâmica de postagem no Twitter e a cobertura na mídia tradicional on-line. Para isso, comparamos ambientes de comunicação, tendências gerais, suas temporalidades, a forma como ligam episódios de violência ao movimento e possíveis interinfluências.

Analisar a dinâmica comunicacional no ativismo digital requer abordagens complexas. Em nosso estudo de caso, embora o papel do ativismo no Twitter seja mais ágil e eficiente na associação de eventos a um movimento, dando-lhes uma perspectiva histórica e não episódica, a mídia tem um papel importante em dar mais estabilidade à cobertura sobre o tema, contribuindo para a longevidade do debate na esfera pública. Esses achados ajudam a deixar mais complexas as interpretações sobre as consequências sociais dos debates on-line.

Como afirma Chadwick (2013), para pensar sobre os impactos políticos dos ambientes de comunicação, temos que considerar não apenas as relações entre atores sociais, mas também as relações entre atores sociais e tecnologias. O que este estudo mostra é que diferentes ambientes de comunicação incorporam diferentes lógicas midiáticas (Dahlgren, 2009). Essas lógicas impactam em tempo real o caminho pelas mobilizações sociais. Embora nosso esforço aqui tenha sido para diferenciar a dinâmica da mídia tradicional e do Twitter, também podemos destacar a interferência que caracteriza sistemas híbridos de mídia (Chadwick, 2013). Isso significa que a dinâmica identificada acontece considerando a interação entre essas mídias na arena social. A remoção de qualquer uma dessas mídias afetaria todo o comportamento do sistema. Portanto, um ativismo digital capaz de produzir alternativas e mudanças sociais efetivas não pode ser dissociado a partir de uma visão integrada e sistêmica do ambiente de comunicação digital.

A ideia de ondas de mídia como um processo de concentração e convergência de cobertura em torno de um problema durante um determinado período (Brosius & Kepplinger, 1995) parece ser muito típica da mídia tradicional, mas não de uma mídia social como o Twitter. Neste último, a sobreposição de questões que ganham atenção simultaneamente é maior, pois há muito mais vozes na conversa. Além disso, a temporalidade do processo de comunicação é muito mais rápida, tornando o pico de interesse muito mais curto. Assim, podemos dizer que, sem jornalistas profissionais em busca de repercussões e novas reações a um tema, a ideia de ondas de notícias seria substituída por uma dinâmica mais aguda, algo como soluções de visibilidade.

Gostaríamos também de destacar as limitações do estudo, especialmente devido à falta de análise de conteúdo do material. Certamente, uma abordagem mais qualitativa será muito enriquecedora na compreensão das possíveis interinfluências entre as duas plataformas de comunicação além de permitir uma compreensão mais profunda de como diferentes significados e apropriações do tema circulam. ■

REFERÊNCIAS

- Abranches, S. (2020). *O tempo dos governantes incidentais*. Companhia das Letras.
- Aguiton, C., & Cardon, D. (2008). Web participatif et innovation collective. *Hermès*, (50), 77-82. <http://doi.org/10.4267/2042/24155>
- Almeida, S. (2019). *Racismo estrutural*. Pólen Livros.
- Alves, M. (2019). *Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018* [Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense]. Repositório institucional da UFF. <https://bit.ly/3ByDFkl>
- Anderson, M., Toor, S., Rainie, L., & Smith, A. (2018). *Activism in the social media age*. Pew Research Center. <https://pewrsr.ch/3JC6ZJL>
- Arceneaux, N., & Weiss, A. S. (2010). Seems stupid until you try it: Press coverage of Twitter, 2006-9. *New Media & Society*, 12(8), 1262-1279. <https://doi.org/10.1177/1461444809360773>
- Atlas da Violência (2020). IPEA. <https://bit.ly/3tnBbSt>
- Badouard, R. (2013). Les mobilisations de clavier. *Reseaux*, (181), 87-117. <https://doi.org/10.3917/res.181.0087>
- Bakardjieva, M. (2015). Do clouds have politics? Collective actors in social media land. *Information, Communication & Society*, 15(8), 983-990. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043320>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Braudel, F. (1969). *Écrits sur l'histoire*. Flammarion.
- Brosius, H., & Kepplinger, H. M. (1995). Killer and victim issues: Issue competition in the agenda-setting process of German television. *International Journal of Public Opinion Research*, 7(3), 211-231. <https://doi.org/10.1093/ijpor/7.3.211>
- Cammaerts, B., & Jiménez-Martínez, C. (2014). The mediation of the Brazilian V-for-vinegar protests: From vilification to legitimization and back? *Liinc em Revista*, 10(1), 44-68. <https://doi.org/10.18617/liinc.v10i1.697>
- Castells, M. (2009). *Communication and power*. Oxford University Press.

- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication and democracy*. Cambridge University Press.
- Della Porta, D. (2013). Bridging research on democracy, social movements and communication. In B. Cammaerts, A. Mattoni & P. McCurdy (Eds.) *Mediation and protest movements* (pp. 21-37). Intellect, The University of Chicago Press.
- Freelon, D., McIlwain, C. D., & Clark, M. D. (2016). *Beyond the hashtags: #Ferguson, #BlackLivesMatter, and the online struggle for offline justice*. Center for Media & Social Impact.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets*. Pluto Press.
- Gomes, W. (2011). Participação política online: Questões e hipóteses de trabalho. In R. C. M. Maia, W. Gomes & F. P. J. A. Marques (Orgs.), *Internet e participação política no Brasil* (pp. 19-45). Sulina.
- Gomes, W., & Almada, M. P. (2014, 27-30 maio). *Ondas de notícias políticas: As dinâmicas da atenção pública no noticiário político de TV* [Apresentação de trabalho]. XXIII Encontro Anual da Compós, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. <https://bit.ly/3BtrSx>
- Haffner, M. (2019). A place-based analysis of #BlackLivesMatter and counter-protest content on Twitter. *GeoJournal*, 84, 1257-1280. <https://doi.org/10.1007/s10708-018-9919-7>
- Hill, M. L. (2018). "Thank you, Black Twitter": State violence, digital counter-publics, and pedagogies of resistance. *Urban Education*, 53(2), 286-302. <https://doi.org/10.1177/0042085917747124>
- Ince, J., Rojas, F., & Davis, C. A. (2017). The social media response to Black Lives Matter: How Twitter users interact with Black Lives Matter through hashtag use. *Ethnic and Racial Studies*, 40(11), 1814-1830. <https://doi.org/10.1080/01419870.2017.1334931>
- Karatzogianni, A., & Schandorf, M. (2012). Surfing the revolutionary wave 2010-12: A social theory of agency, resistance, and orders of dissent in contemporary social movements. In A. Ornella (Ed.), *Making humans: Religious, technological and aesthetic perspectives* (pp. 43-73). Inter-Disciplinary Press.
- Kavada, A. (2015). Creating the collective: Social media, the Occupy Movement and its constitution as a collective actor. *Information, Communication & Society*, 18(8), 872-886. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318>
- Lohmeier, C., Kaun, A., & Pentzold, C. (2020). Making time in digital societies: Considering the interplay of media, data, and temporalities – An introduction to the special issue. *New Media & Society*, 22(9), 1521-1527. <https://doi.org/10.1177/1461444820913555>

- Mabi, C., & Gruson-Daniel, C. (2018). Formes et mouvements politiques à l'ère numérique. *Reset*, 7. <https://doi.org/10.4000/reset.1078>
- Mattoni, A., & Treré, E. (2014). Media practices, mediation processes and mediatization in the study of social movements. *Communication Theory*, 24(3), 252-271. <https://doi.org/10.1111/comt.12038>
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2013). Networked gatekeeping and networked framing on #egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 138-66. <https://doi.org/10.1177/1940161212474472>
- Omena, J. J., Rabello, E. T., & Mintz, A. G. (2020). Digital methods for hashtag engagement research. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305120940697>
- Pareto, V. (1971). *Manual of political economy*. Scholars Book Shelf.
- Reis, L. (2018). *Big social data analytics e climas de opinião: Estudo de caso sobre o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff* [Tese de doutorado não publicada]. Universidade Federal da Bahia.
- Rogers, R. (2014). Foreword: Debanalising Twitter: The transformation of an object of study. In K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt & C. Puschmann (Eds.), *Twitter and society* (pp. IX-XXVI). Peter Lang.
- Roshani, N. (2020). Discurso de ódio e ativismo digital antirracismo de jovens afrodescendentes no Brasil e Colômbia. In T. Silva (Ed.), *Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: Olhares afrodiaspóricos* (pp. 42-62). LiteraRua.
- Rossini, P. (2020). Beyond toxicity in the online public sphere: Understanding incivility in online political talk. In W. H Dutton (Ed.), *A research agenda for digital politics* (pp. 160-170). Edward Elgar.
- Santos, N. (2019). *The reconfiguration of the communication environment: Twitter in the 2013 Brazilian protests* [Tese de doutorado, Université Panthéon-Assas]. Université Panthéon-Assas Archive. <https://bit.ly/3I7tBRZ>
- Santos, N. (2021). Fontes de informação nas redes pró e contra o discurso de Bolsonaro sobre o Coronavírus. *E-Compós*, 24. <https://doi.org/10.30962/ec.2210>
- Santos, M. (2000). *Por uma outra globalização*. Record.
- Schmidt, J. (2014). Twitter and the rise of personal publics. In K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt & C. Puschmann (Eds.), *Twitter and Society* (pp. 3-14). Peter Lang.
- Segerberg, A., & Bennett, W. L. (2011). Social media and the organization of collective action: Using Twitter to explore the ecologies of two climate change protests. *The Communication Review*, 14(3), 197-215. <https://doi.org/10.1080/10714421.2011.597250>
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of media content* (2a ed.). Longman.

- Trindade, L. V. P. (2020). Mídias sociais e a naturalização de discursos racistas no Brasil. In T. Silva (Ed.), *Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: Olhares afrodiaspóricos* (pp. 25-41). LiteraRua.
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the use of social media for protest behavior: The roles of information, opinion expression, and activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920-942. <http://doi.org/10.1177/0002764213479375>

Artigo recebido em 9 de fevereiro e aprovado em 19 de abril de 2021.