



O Encadeamento Midiático da Imagem dos Índios Isolados no Twitter¹

Débora de Carvalho Pereira²

Marcello Peixoto Bax³

Universidade Federal de Minas Gerais

Resumo

O uso de marcações semânticas vem permitindo a evolução das ferramentas de análise da popularidade de temas na web, o que facilita o mapeamento dos encadeamentos midiáticos, segundo o conceito de Primo (2008). Assim, surgem novas perspectivas para a comunicação nas mídias digitais, fundamentadas em uma dimensão mais estruturada da informação, ilustrada no artigo, pela análise de micro-blogs. O estudo de caso apresentado mostra processos de migração de valores (Vilches, 2006) pelos quais passa a imagem dos índios isolados no Twitter. Os exemplos do estudo de caso possibilitam inferências a respeito de novos processos comunicacionais em que mídias de massa e de nicho se influenciam em um sistema de retro-alimentação.

Palavras-chave

Encadeamento midiático; Web Semântica; Índios Isolados; Twitter.

1. Introdução

Analisar o surgimento de novas práticas sociais de comunicação mediadas pelo computador é mais complexo do que identificar ‘emissores’ e ‘receptores’. Envolve compreender de forma mais profunda como as ideologias⁴ se formam pelo uso que os diferentes agentes sociais fazem das novas ferramentas disponíveis na web. Para tanto, vale observar como as ferramentas de busca interpretam as palavras-chave (*tags* ou metadados), que são organizadas nas fontes de informação, de forma cada vez mais estruturada. Essa nova possibilidade de organização decorre do uso dos padrões de metadados e das chamadas tecnologias semânticas.

Os argumentos do artigo se organizam da seguinte forma: a Seção 2, “Processos culturais da Websemântica”, discute a análise da popularidade de temas na web, que permite o mapeamento dos encadeamentos midiáticos⁵ (PRIMO, 2008, p.1). As

¹ Artigo apresentado ao GT Cibercultura, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Curso de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG – debcarpe@gmail.com

³ Professor da Escola da Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG – marcello.bax@gmail.com

⁴ Embora o termo ‘ideologia’ possa ser usado em diferentes aspectos, da filosofia à sociologia, utilizamos aqui o conceito como “um conjunto de valores que acompanha as ações em dada sociedade” (BULIK, 1990, p.17), que coincide com o que Keck e Sicking (1998, p.3) chamam de ‘*common frame of meaning*’.

⁵ Encadeamento midiático é o fluxo de interpenetração e intertextualidade entre veículos, em diferentes níveis quanto à sua materialidade, equalizados pelo dispositivo das tecnologias digitais (Primo, 2008 apud Gabrich, 2008).



marcações cognitivas presentes nos blogs e micro-blogs fazem emergir uma nova dimensão semântica na circulação da informação em micro-blogs, especialmente o Twitter⁶, que atesta sua popularidade no item 2.1, “O Estado da Twittersfera”.

A terceira Seção é o estudo de caso da publicação do tema “índios isolados da Amazônia” no Twitter. A conexão presente nos comentários com outros locais na rede providencia uma migração de valores⁷ pelas quais passa o termo – no caso ‘*incontacted tribes*’ e ‘*índios isolados*’ – nos encadeamentos midiáticos. Isso é observado fazendo-se uma separação entre circuitos nacionais e cadeias transnacionais (3.1), nas quais mensuramos os links indicados que são mídias de nicho e o que são mídias de massa. Isso porque a motivação, no campo da comunicação, que justifica este artigo é analisar como os canais de mídia (micro-mídia, mídia de nicho e mídia de massa) se inter-relacionam (Thorton, 1996, apud Primo 2008), tendo em vista que esse inter-relacionamento é catalisado pelas novas ferramentas da Websemântica.

2. Processos Culturais da Web Semântica

Tecnologias semânticas organizam a informação na Internet (SOUZA & ALVARENGA, 2004). Percebe-se uma mudança significativa nos procedimentos de gerenciamento da informação – desde sua percepção e organização até seu uso e recuperação. As linguagens de marcações passam a permitir anotações diversas dos conteúdos, promovendo certa interconexão semântica. Por outro, a Web Semântica não pode prover a interconexão perfeita entre sujeitos com valores cognitivos diferentes (CORY, 2008). Mas, segundo Cory, ações tecnológicas resultam em reações culturais, por exemplo, a questão autoral (que se transforma diante da mobilidade e diversidade dos novos dispositivos) as Wikipédias e comunidades de fãs são indicadores da influência da tecnologia sobre a Cultura.

Hoje a informação já circula pela rede transformando as culturas no mundo, produzindo o que Manovich chama de Transcodificação Cultural (2001, p. 45). Ou seja, não é apenas o computador que transforma a cultura, mas o processo inverso também ocorre. A cultura promove a customização das interfaces digitais, que se tornam

⁶ Twitter é uma rede social e servidor de microblogs fundada em março de 2006 pela Obvius Corporation em São Francisco – EUA. Permite aos usuários enviar textos de até 140 caracteres pelo site oficial, celulares, SMS, e-mail ou programas especializados.

⁷ Migrações de valores são as alterações de sentido pelas quais passam as representações quando percorrem os diferentes nós do encadeamento (VILCHES, 2006, 2001).



simultaneamente interfaces culturais. Temos acesso, através das interfaces culturais construídas pela tecnologia, aos eventos que ocorrem no mundo, em tempo real.

Devido à demanda crescente em deixar a tarefa de associar conteúdos às máquinas, surgem ferramentas propícias para conectar os documentos. A conexão entre entidades informacionais é possibilitada pela marcação por *tags*, etiquetas que indicam a função semântica, separadamente da estrutura do design. O uso dessa marcação permite que pessoas não técnicas possam ser produtoras de informação. E mais, podem ser produtoras de ligações semânticas entre as informações produzidas e outras disponíveis em seus circuitos de conexão. Isso reforça identidades tribais e faz emergir o senso comunitário e colaborativo nas redes.

Por outro lado, a tecnologia como dispositivo de promoção da ‘rede universal do conhecimento’, também colabora para a padronização cultural (GABRICH, 2007, p.67), ao mesmo tempo em que estimula a emergência de tribos e segmentos diversificados. Essa padronização cultural pode ser percebida porque os públicos se dissolveram (não há separação entre autores e leitores) e mais do que ‘centrais ou matrizes culturais’ existem “circuitos culturais” (JENKINS, 2008, p.135), que sustentam comunidades virtuais. O autor citado utiliza essa perspectiva para analisar produtos de entretenimento como Harry Potter, identificados como de imersão, pela potencialidade estética de suas narrativas trans-midiáticas (JENKINS, 2008, P.136) entre comunidades diversas de fãs. Essa mesma lógica pode ser utilizada para medir a formação de valores ambientais acerca da conservação da natureza, entre simpatizantes da causa e formadores de opinião.

Isso porque as interfaces são definidas culturalmente, o que significa que o sentido cultural do uso não aparece na criação técnica, sim emerge numa conjuntura posterior, durante seu uso *social*. O uso pleno de metadados, capacitado com regras de inferência, é o preceito para que a Web Semântica se concretize. A representação do conhecimento, por meio de pesquisas e definições ontológicas, promove a construção não de um conhecimento único e onipotente, mas o contato entre muitos conhecimentos diversos, antagônicos ou complementares, o que amplia as possibilidades de recuperação da informação.



A definição de um vocabulário depende de regras estabelecidas socialmente. Isso depende de valores culturais. Como a web põe em contato comunidades com identidades diversas, variados são os significados das marcações de módulo para módulo da informação. Pretende-se, a seguir, refletir sobre este processo de transcodificação de um conceito ao observar as representações na web sobre o fato gerado pela divulgação das ‘tribos de índios isolados’ na Amazônia em micro-blogs.

2.1) O Estado da Twittersfera

A evolução dos processos mnemotécnicos humanos, segundo Debray (1995, p.40) é determinada pela evolução dos suportes midiáticos utilizados para armazenar informação. As sociedades orais armazenavam dados em rituais de memorização falados e cantados (mnemosfera). Depois, pela escrita (logosfera), imprensa (grafosfera) e suportes audiovisuais (videosfera). Dessa forma, a blogosfera (referente a blogs) pode ser considerada um estágio evolutivo posterior à videosfera nesse esquema conceitual elaborado pelo autor. E Twittersfera é mais uma ramificação, um tronco de uma grande árvore, como no desenho da logomarca do site (FIG. 1):



FIGURA 1 – Logomarca do site do Twitter. Fonte: <http://twitter.com/>, acessado em 12 de dezembro de 2008.

Segundo relatório publicado em dezembro de 2008⁸ há um novo circuito de comunicação criado pelas ferramentas de *micro-blogging*, como o Twitter. Se em 2006, no primeiro ano de existência, não houve muito sucesso, agora a performance mudou. Segundo o levantamento, entre 5 e 10 mil novas contas são criadas por dia, totalizando 4,5 milhões de usuários em dezembro de 2008. Nos primeiros seis meses de 2008, estava entre os mil sites com maior visibilidade em toda a internet.

⁸ A HubSpot, empresa norte-americana de marketing na Web 2.0 realizou a pesquisa ‘Estado da Twittosfera’, com dados coletados através da ferramenta Twitter Grader, criada por eles. Disponível em http://cdnqa.hubteam.com/State_of_the_Twittersphere_by_HubSpot_Q4-2008.pdf, acessado em 12 de janeiro de 2009.



A dinâmica de relacionamento no Twitter é a seguinte: todos os usuários podem postar até 140 caracteres de texto. Não há espaço para publicação de imagens. Apenas a foto do perfil do usuário, que pode escrever uma mini biografia. Podem-se escolher pessoas a seguir e ler somente seus comentários ou ler comentários de todas as pessoas que publicam no site (geral).⁹ Consta-se que a maior parte do acesso ao Twitter no mundo é feito por plataformas móveis, celulares e PDA's, por exemplo, como BlackBerry's, Palm's e I-Phone da Apple. Segundo outra pesquisa, do Social Networking Blog¹⁰ as melhores aplicações observadas na interação entre redes sociais móveis são via telefone celular em convergência com plataformas como Facebook, Myspace e outras. A pesquisa¹¹ prevê um aumento do uso: 63 milhões de usuários mundiais de serviços baseados em localização (LBS) em 2009 e 486 milhões em 2012, o que movimentará na economia em torno de \$3.3 bilhões em 2013. É esperado que em 2012 18% dos usuários de celulares acessem redes sociais pelo celular, algo como 950 milhões de usuários.

Comprovando esse crescimento, outra pesquisa atesta¹² que o Twitter é excelente fonte de tráfego. Na Inglaterra, o serviço aumentou 22 vezes em um ano, de maio de 2008 a maio de 2009, quando foi classificado como o 38º site mais visitado no Reino Unido e quinta rede social mais visitada. Apenas um ano antes, estava no 969º lugar dos sites mais visitados e era a 84ª rede social mais visitada.

3) ESTUDO DE CASO

Apresenta-se o estudo de caso sobre o encadeamento midiático e a migração de valores, realizado através do monitoramento dos conteúdos escritos sobre o tema dos “índios isolados” nos blogs e micro-blogs. A primeira foto dos índios isolados na internet foi divulgada pelo blogueiro Altino Machado¹³, de Rio Branco-Acre e na revista Terra Magazine¹⁴, em 23 de maio de 2008. Altino recebeu do sertanista da Funai¹⁵ José Carlos

⁹ Ver mais sobre isso no vídeo Twitter em Plain English, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=ddO9idmax0o>, acessado em 12 de janeiro de 2009.

¹⁰ Disponível em <http://www.sociableblog.com/2008/12/27/top-mobile-social-networks-2009/>, acessado em 01/01/2009.

¹¹ Disponível em <http://www.sociableblog.com/2008/10/10/mobile-location-based-services-on-the-move/>, acessado em 01/01/2009

¹² “Twitter sending traffic to online media sites, but not online retailers, Disponível em http://weblogs.hitwise.com/robin-goad/2009/06/twitter_sending_traffic_to_online_media_but_not_retail.html, acessado em 25/06/2009.

¹³ Disponível em <http://altino.blogspot.com/2008/05/ndios-do-acre.html>, acessado em junho de 2006.

¹⁴ Disponível em <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI2903379-EI6581.00.html>, acessado em junho de 2008.

¹⁵ Fundação Nacional do índio, órgão governamental que regulamenta e executa a política indigenista no Brasil.



dos Reis Meirelles Júnior e quis sensibilizar a opinião pública contra madeireiros peruanos que prejudicam as tribos. No período de seis meses após a primeira aparição a imagem das tribos isoladas da Amazônia na internet, em 24 de maio de 2008, foram identificadas no Twitter seis referências ao termo ‘índios isolados’ e 29 referências ao termo ‘*uncontacted tribes*’. Por essa primeira análise, pode se perceber que a discussão do tema se pautou muito mais em circuitos estrangeiros do que nacionais, o que é explicado pelo fato de o Brasil não estar nem na lista dos trinta países mais citados em acesso ao site em 2008¹⁶. O baixo número de postagens se justifica também pela especificidade do assunto, podendo ser considerado um tema a ser debatido normalmente em nichos de mídia ambiental, se não fosse pelo acontecimento da espetacularização da imagem na internet.

Das nove referências em português, seis possuem elos para outras páginas, que são os nós do encadeamento midiático identificado aqui (FIG. 2). Ao mapear esses nós, percebemos um primeiro circuito da informação, bastante diversificado em suas opiniões sobre o assunto, composto por quatro blogs¹⁷, uma revista eletrônica cultural e duas postagens diferentes para o mesmo site, do portal Globo Amazônia¹⁸. Se seguirmos os links presentes neste primeiro nível de encadeamento, outros pólos de divulgação da mesma informação são identificados¹⁹ (Gabrich, 2008). Há um predomínio da ONG *Survival International* como fonte de informação dos sites linkados nas postagens da cadeia nacional.

Há também diálogo com outros veículos, por exemplo, na postagem do blog de satirização das mídias tradicionais Penguin News, que diz: “Tribos dos índios isolados

¹⁶ Disponível em http://cdnqa.hubteam.com/State_of_the_Twitterosphere_by_HubSpot_Q4-2008.pdf, acessado em 12 de janeiro de 2009.

¹⁷ Os quatro estão disponíveis em: <http://www.casmerim.blogspot.com>; <http://alexprimo.com/2008/11/20/encadeamento-midiatico-na-polemica-sobre-a-foto-dos-indios-isolados-na-amazonia/>; <http://dauroveras.blogspot.com/2008/11/ameaas-ndios-isolados.html>; <http://penguin-news.org/journal/>; acessados em janeiro de 2009.

¹⁸ Disponível em <http://www.globoamazonia.com/Amazonia/0,,MUL803623-16052.00.html>, acessado em 01/01/2009.

¹⁹ Mais informações sobre o encadeamento midiático dos índios isolados na internet em GABRICH, Débora de Carvalho Pereira. “O encadeamento da imagem dos índios isolados da Amazônia na internet e a padronização da natureza”. In: 1º Colóquio de Comunicação e Sociabilidade ‘Comunicação Midiática: Instituições, Valores e Cultura’, novembro de 2008.

bombando no mundo todo” e em “Índios isolados da Amazônia estão em tudo que é veículo”, de Gabrielj.

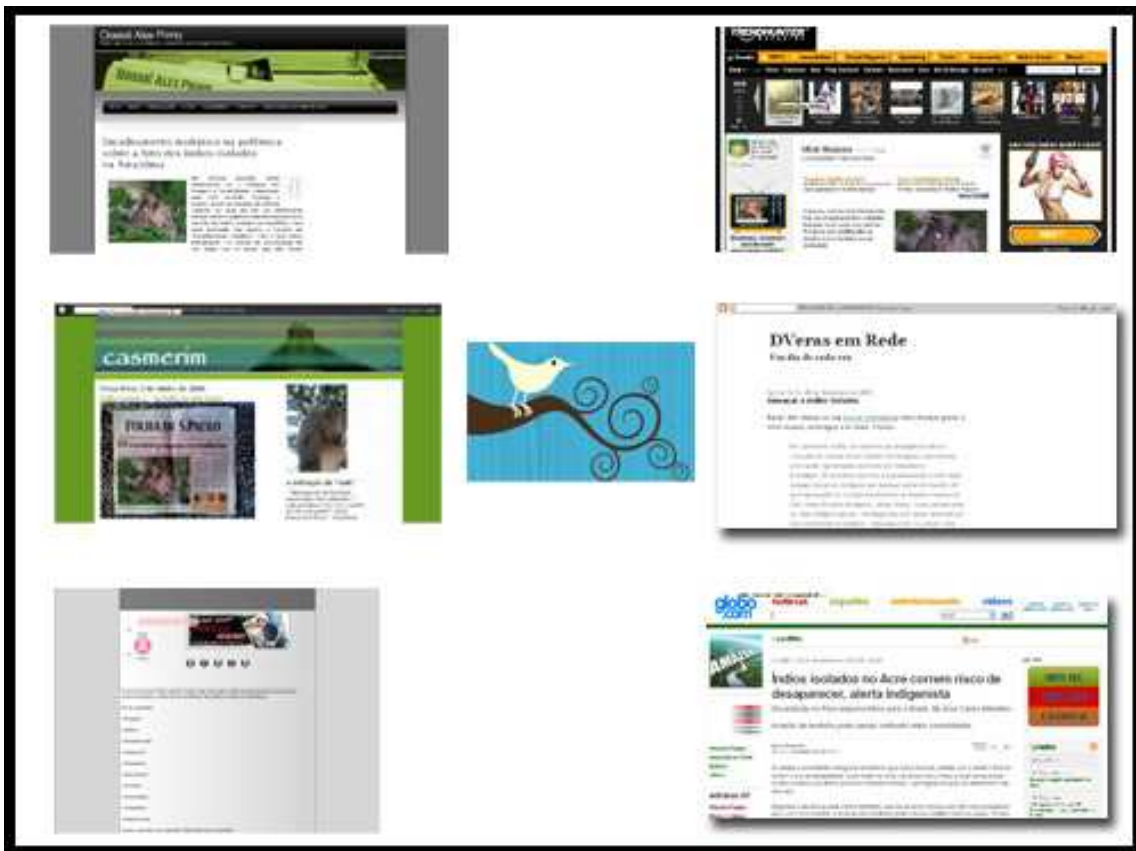


FIGURA 2 – Encadeamento midiático nacional da imagem dos índios no Twitter.

Porém, nesse pequeno encadeamento de seis links, percebe-se sutilmente a migração de valor da informação sobre os índios, que passou como uma fraude em alguns veículos. O questionamento da veracidade da informação se manifesta no Twitter na postagem de ‘gabrielj’: “Para quem duvidava da veracidade dos índios isolados da Amazônia”. A postagem envia o usuário para a Trendhunter Magazine²⁰, veículo que agrega notícias sobre assuntos diversos e mensagens publicitárias. Em junho de 2008 a Trendhunter publicou um texto com o título: “*Viral Hoaxes: Lost Brazilian tribes not real*” com a mesma imagem dos seres indígenas atirando flechas para cima, em direção ao avião. O texto afirma que há uma farsa e que as ONGs ‘maquiaram’ a imagem para comover a opinião pública sobre a situação das tribos.

²⁰ Disponível em <http://www.trendhunter.com/trends/lost-brazilian-tribe-a-big-fat-hoax>, acessado em 08/08/2008.

Isso corrobora o que Vilches afirma, que na internet, a criação de valor da informação reside na simultaneidade (ou tempo real) e na deslocalização simbólica, pois a “incorporação das tecnologias digitais supõe a passagem da relação temporal da fotografia com a realidade a uma relação temporal baseada exclusivamente no tempo de sua distribuição e na eliminação das barreiras do espaço” (VILCHES, 2006, p.161). Assim, a criação de valor nas publicações, através das redes, é um processo dinâmico trans-institucional, entre os atores, mais em função dos temas debatidos, e cada vez menos em função do autor. As postagens do Twitter podem ser classificadas de acordo com o que Vilches define como valor ‘não comercial’ dos circuitos de informação.: refletem notícias que já circulam nos meios tradicionais de comunicação, mas são conteúdos fortemente autorais, em interação semântica com outros meios de publicações culturais, sociais e ou de lazer. As migrações são em função de referências temporais e territoriais. Se por um lado isso re-contextualiza a informação, promove a perda da sua profundidade por outro, pois as narrativas visuais são alteradas.

Por exemplo, a convivência superficial entre a imagem dos índios na página do *Trendhunter Magazine*²¹ (FIG. 3) com outros ícones da era da padronização: Madonna, anti-Barbies, cultura pop, soldados na guerra, sanduíches. Ou na página da *Brazzil Magazine*²², que ao lado da notícia dos índios isolados, oferece encontros com mulheres latinas e venda de artesanato (FIG. 4):

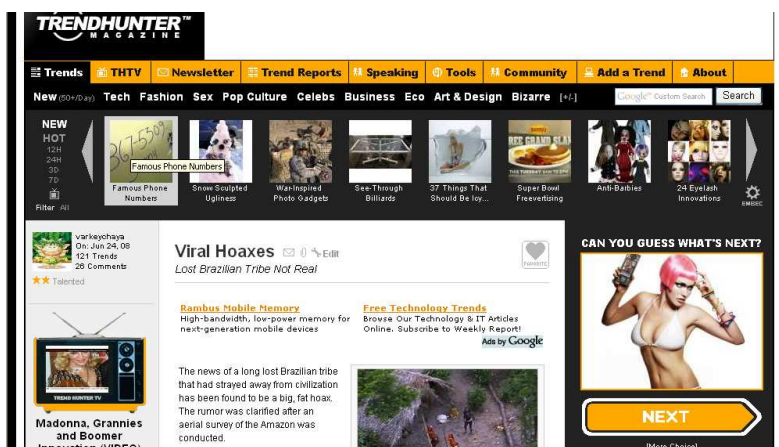


FIGURA 3 – Página inicial do

site Treadhunter. Fonte: <http://www.trendhunter.com/trends/lost-brazilian-tribe-a-big-fat-hoax>, acessado em 12 de dezembro de 2008.

²¹ Idem.

²² Disponível em <http://www.brazzilmag.com/content/view/10147/1/>, acessado em 02/01/2009.



FIGURA 4 – Página inicial do site Brazzil Magazine. Fonte: <http://www.brazzilmag.com/content/view/10147/1/>, acessado em 12/122008.

Aqui, a superficialidade imagética dos índios contextualiza o usuário em busca de encontros sexuais na temática Amazônia. Esses exemplos confirmam que a Cibercultura é a Cultura da Convergência e da Transcodificação Cultural, onde o computador afeta o imaginário e coloca em patamar de igualdade fatos sociais diversos – como a cultura pop, a prostituição de mulheres latinas e os índios isolados.

Aqui, a superficialidade imagética dos índios contextualiza o usuário em busca de encontros sexuais na temática Amazônia. Esses exemplos confirmam que a Cibercultura é a Cultura da Convergência e da Transcodificação Cultural, onde o computador afeta o imaginário e coloca em patamar de igualdade fatos sociais diversos – como a cultura pop, a prostituição de mulheres latinas e os índios isolados.

3.1) Cadeias transnacionais

Em inglês, das 29 referências ao termo ao termo “*uncontacted tribes*”, há 18 indicações de *links*, divididos de acordo com sua natureza pelo gráfico (FIG. 5):

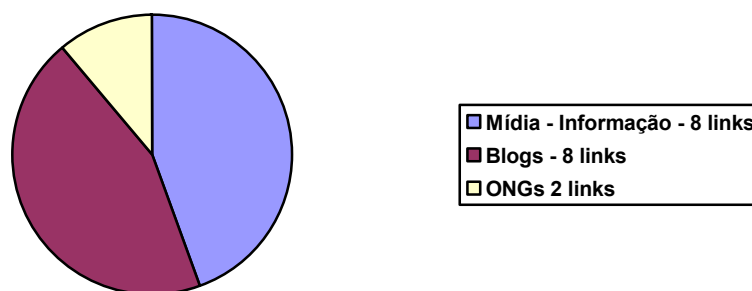


FIGURA 5 – Gráfico da natureza das mídias presentes no encadeamento transnacionais

Percebe-se, portanto, certo nível de igualdade de representação entre mídias de massa e mídias de nicho, indicado pela mesma quantidade de referências entre blogs e sites de empresas de mídia e informação. A mesma migração de valor é percebida no circuito transnacional (da dúvida sobre a veracidade da notícia).



Outra observação importante é que a *Survival International* é citada como fonte de informação em todas as publicações. Isso significa que, se considerarmos o primeiro nível de encadeamento os sites linkados diretamente das postagens do Twitter, e se considerarmos o segundo nível de encadeamento os links presentes nessas páginas (referentes aos índios isolados), a maioria converge para o site desta ONG (figura 6), que se constitui como catalizadora do movimento ambiental na rede, num terceiro nível do encadeamento.



FIGURA 6 – Encadeamento transnacional da imagem dos índios.

4) Conclusão



As novas ferramentas da Web Semântica permitem a associação de informações produzidas em redes de relacionamento social. Especificamente no caso do Twitter, a ferramenta de busca de postagens por termo específico permitiu o estudo de caso das migrações de valor pelas quais passaram a informação sobre a imagem dos índios. Assim, há um processo de semiose que constrói a verdade legitimada em torno dos índios isolados da Amazônia, que depende da atuação dos agentes sociais nas redes de relacionamento. A análise comprova o surgimento de cadeias de significação, que corrobora o conceito de Primo (2008) de que o encadeamento midiático é o fluxo de interpenetração e intertextualidade entre veículos, em diferentes níveis quanto a sua materialidade. Equalizados pelo dispositivo das tecnologias digitais, a identificação do encadeamento permitiu observar os reflexos de representações de outros dispositivos de mídia, entre si.

É importante ressaltar o equilíbrio entre diferentes tipos de mídia digital nesse encadeamento na twittersfera, já que o número de blogs de indivíduos coincidiu com o número de mídias de massa que reportaram o tema. Essa igualdade representativa comprova ainda a afirmação de Primo de que a blogosfera pode funcionar como um sistema de ‘retroalimentação das estruturas hegemônicas de poder’ (PRIMO, 2008, p.17). Paradoxalmente, o inverso é verdadeiro. Conglomerados de mídia prestam atenção ao que é pautado nos blogs. Isso revela uma importante repercussão política, pois põe em igualdade de visibilidade veículos com contratos sociais diversos. O autor (PRIMO, 2008, p. 3) desenvolve a idéia de Charaudeau de que o reconhecimento recíproco das regras de uma interação comunicativa revela um acordo prévio entre os participantes, um *contrato de comunicação* (Primo, 2008, p. 3 APUD Charaudeau, 2006, p. 68).

Embora o Twitter só permita a publicação de textos de até 140 caracteres – e não de imagens, a possibilidade convergente e hipersocial da rede permitiu a visibilidade da imagem dos índios. E mais, permitiu a construção de novos valores em torno dessa imagem.

De fato, percebe-se a convergência do encadeamento em torno do site da *Survival International* como fonte de informação. Isto implica que a mesma se utiliza das



ferramentas semânticas da web como *tecnologias intelectuais*²³, no intuito de moldar uma ideologia em torno da realidade dos povos indígenas da Amazônia, para um público global.

O interessante é que a verdade em torno da situação dos índios moldada pela *Survival International* é uma verdade construída por especialistas publicitários, que estão inseridos em um contexto mundial da informação, diferente do contexto local do índio. É uma verdade que utiliza um fato não inédito (existem índios isolados na Amazônia desde sempre) e por isso é contestada. Ou seja, uma transcodificação de valor, processo comum na internet, que propicia a convivência superficial da imagem dos índios com outros contextos sociais, do imaginário coletivo.

A Amazônia, sua gestão (palavra da moda) e seu desenvolvimento, estão na pauta da mídia internacional. Da representação da paisagem no protetor de tela do computador até a internacionalização da questão indígena no *youtube*, as relações sócio-culturais da Amazônia adquirem novos valores culturais, significados moderados por contatos entre pessoas de culturas diferentes e potencializados pelas novas tecnologias.

Esses novos significados formam padrões ambientais que definem regras de convivência do homem com a natureza. Elas são sutilmente determinadas pelo consumo de imagens e símbolos relacionados à representação da natureza, da saúde e estabilidade climática do planeta. Há um consenso que os fluxos de comunicação influenciam na construção de um ‘*percepto*’, segundo Peirce, um juízo perceptivo, uma série de enunciados que determina uma visão de mundo, ou o que Keck e Sicking (1998, p.3) chamam de ‘*common frame of meaning*²⁴. É como um conjunto de significados simbólicos, percebido através da análise da predominância específica de vocabulários informacionais (metadados) em determinados documentos relacionados a um tema específico, como os presentes no encadeamento analisado no Twitter.

Estes tipos de esquemas interpretativos são importantes indicadores da padronização da ideologia ambiental no planeta. Concomitantemente, denotam uma pulverização

²³ No conceito criado por Goody (1996), ao se referir às escritas em sociedades tradicionais, e desenvolvido por Pierre Levy para pensar técnicas de comunicação em geral (LÉVY, 1993).

²⁴ O conceito de *Frame*, no sentido usado pelas autoras, advém do de Ervin Goffman (em *Frame Analysis*, 1972), readaptado por David Snow e seus colegas, que significa “esforços estratégicos para formar e moldar consciências em um sentido de compreensão do mundo que legitimem ações coletivas”. Especificamente para Johnston (2002, p. 62-91), *frames* são esquemas interpretativos, que indicam o que é importante, criam um padrão de entendimento.



interpretativa da cultura. De fato, a cultura da convergência não é somente da padronização, mas também da fragmentação. Do ponto de vista cultural, a possibilidade de encadeamento de significados culturais proporcionada pelas ferramentas da Web Semântica iguala os fatos, coloca na mesma janela ‘índios isolados’, ‘guerras terroristas’ e ‘música pop’, de maneira superficial. Mas, por outro lado, permite a abordagem profunda, para os participantes que se interessarem.

Referências

AUBURN, B. (1999) **A Penny for Your 'pinion**. The Atlantic Online, October 21, 1999 Retrieved December 12, 2001 from <http://www.theatlantic.com/unbound/citation/wc991021.htm>

BAX, Marcelo Peixoto. **Introdução às linguagens de marca**. Ciência da informação, 2001, vol. 30, nº1, pp. 32-38.

BULIK, L. **Doutrinas da informação**: no mundo de hoje. São Paulo: Loyola, 1990.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet – reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. São Paulo: Jorge Zahar, 2005.

DEBRAY, Régis. **Manifestos Midiológicos**. Tradução de João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. (p. 40 a 57).

DOCTOROW, Cory, 2008. **Content: Selected Essays on Technology, Creativity, Copyright, and the Future of the Future**. Disponível em <http://craphound.com/content/>, acessado em 10/02/2009.

FARIA, C. G.; GIRARDI, R. **Uma análise da web semântica e suas implicações no acesso à informação**. 2002.

GABRICH, Débora de Carvalho Pereira. **“O encadeamento da imagem dos índios isolados da Amazônia na internet e a padronização da natureza”**. In: 1º Colóquio de Comunicação e Sociabilidade ‘Comunicação Midiática: Instituições, Valores e Cultura’, novembro de 2008.

GABRICH, Débora de Carvalho Pereira. **“Amazônia Transnacional: as redes ambientais na internet e a padronização da natureza”**. Dissertação de Mestrado em Extensão Rural, Departamento de Economia Rural, Universidade Federal de Viçosa, 2007.

GOOD, Jack (comp.) **Cultura escrita em sociedades tradicionais**. Barcelona, Gedisa, 1996.

GURAK L., ANTONIJEVIC, S., JOHNSON, L., RATLIFF, C., REYMAN, J. **Introduction: weblogs, rhetoric, community, and culture**. Minnesota: University of Minnesota, 2004. Disponível em: <http://blog.lib.umn.edu/blogsphere/introduction.html>, acessado em 12/12/2008.

JENKINS, Jenkins. **Cultura da Convergência**. São Paulo, Aleph, 2008.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface – como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar. 2001.



JOHNSTON, H. **Verification and proof in frame and discourse analysis**. In: KLANDERMANS, B.; STRAGGENBORG, S. (Eds.). *Methods of social movements research*. Minneapolis/London: University of Minnesota Press, 2002. p. 62-91.

KECK, M.E.; SIKKINK, K. **Activists beyond borders: advocacy networks in international politics**. Ithaca: Cornell University Press, 1998.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós moderno**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti, Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LEMONS, André. **Ciber-Cultura Remix**. In: **Imagem (IR)Realidade: comunicação e cibermídia** / Denise Correa Araújo (org.) – Porto Alegre, Sulina, 2006.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro, Ed. 34. 1993.

MANOVICH, L. **The language of the new media**. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2001. Uma experiência de tradução da obra “The Language of new media” em português está disponível em <http://www.fafich.ufmg.br/~novamidia>.

PEIRCE, C.S. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1989.

PRIMO, Alex. **Interney blogs como micromídia digital: elementos para o estudo do encadeamento midiático**. Trabalho apresentado no GT “Comunicação e Cibercultura”. XVII Encontro da Compós. São Paulo: Compós, 2008. [www.compos.org.br/data/biblioteca_416.pdf]

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e artes do pós humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SOUZA, R. R.; ALVARENGA, L. A Web Semântica e suas contribuições para a ciência da informação. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 33, n. 1, p. 132-141, jan./abril 2004

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. São Paulo: Loyola, 2003 (2001).

VILCHES, Lorenzo. **Migrações midiáticas e criação de valor**. In: *Sociedade Midiatizada* / Denis de Moraes (org.) – Rio de Janeiro – Mauad, 2006.