

Possibilidades metodológicas para o estudo do jornalismo na cibercultura: o caso do site youPIX¹

Felipe de Oliveira MATEUS²
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

Resumo

Este artigo propõe-se a analisar as possibilidades de pesquisa e tratamentos metodológicos que podem ser aplicados em pesquisas relacionadas à internet, mais especificamente a objetos inseridos dentro da lógica cibercultural. O estudo é fundamentado em diferentes perspectivas metodológicas para a pesquisa em internet e em reflexões acerca das mudanças ocorridas na comunicação e no jornalismo a partir de sua inserção na cibercultura. Após a construção deste panorama teórico de referência, segue-se uma análise das características apresentadas pelo site youPIX em sua cobertura a respeito da aprovação do Marco Civil da Internet. Nosso objetivo é, a partir da verificação de aspectos que podem suscitar análises científicas no contexto cibercultural, identificar possibilidades de tratamentos metodológicos ao site youPIX e a objetos de pesquisa semelhantes.

Palavras-chave: cibercultura; cultura da internet; metodologias para internet; youpix; jornalismo digital.

Pesquisas para internet: possibilidades metodológicas

Com a evolução das tecnologias de comunicação e progressiva incorporação da internet e da mediação por dispositivos digitais, as pesquisas em comunicação passaram a lidar com a necessidade de incluir em seu rol de temáticas e objetos as novas mídias digitais e a conexão nas redes. Tal desafio diz respeito tanto aos aspectos tecnológicos dessa mudança, quanto à cultura e aos hábitos sociais envolvidos nesses novos processos comunicacionais.

Essa mudança na forma como se organiza o campo comunicacional pode ser compreendida por meio da definição de Pierre Lévy (1999) de Cibercultura, definida por ele como "conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço" (LÉVY, 1999, p. 17), sendo que o ciberespaço, termo de William Gibson, é

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp (Câmpus de Bauru), e-mail: felipe.omateus@hotmail.com.

compreendido como o universo de informações e conteúdos e de indivíduos e de instituições que os consomem e compartilham por meio da internet.

Ainda na ideia do campo, a noção de ciberespaço identifica-se, de certa forma, com a noção de campo defendida por Bourdieu (2008), segundo a qual é composto por agentes e instituições e suas práticas e valores são determinados pelas relações estabelecidas entre eles. Ou seja, o universo de informações e conteúdos, que são movimentados por indivíduos e instituições por meio da internet, pode ser compreendido também como campo, que tem seus valores e práticas determinadas pelas relações. Esse sistema de valores pode ser associado à ideia de cibercultura de Lévy (1999). Dessa forma, as mudanças no campo podem ser entendidas a partir da compreensão de como ocorre a incorporação das tecnologias de informação nos processos sociais, culturais e de comunicação, o que tem reflexos nas pesquisas realizadas no setor.

De acordo com Baym (2005 apud FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2013), por estar presente em vários âmbitos da vida contemporânea, as pesquisas e estudos que se dedicam à internet e ao universo digital passam a se configurar como campo de pesquisas, já que vários pesquisadores, de diferentes áreas, podem se apoiar na temática e ela pode ser incorporada por diversos contextos de pesquisa. Wellman (2004) organiza o desenvolvimento das pesquisas para internet em três fases distintas, período que compreende o início dos anos 1990 até o início da década de 2000. De uma forma geral, o que se percebe é que o perfil dos estudos em internet acompanhou o próprio desenvolvimento da rede e sua incorporação e apropriação pelos usuários comuns.

No início da década de 1990 predominavam os estudos com o objetivo de compreender o que era a internet e de que formas ela modificaria a comunicação como era compreendida até então. Wellman (2004) coloca que as abordagens eram tanto utópicas quanto distópicas. Já na segunda metade da década, ao mesmo tempo em que a internet e seus recursos começam a fazer parte do cotidiano das pessoas, os estudos na área voltam-se para a verificação de que havia um uso social da internet em crescimento e que ele deveria ser documentado de alguma forma.

(...) the use of the internet kept growing. However, its proliferation has meant that it no longer stands alone, if it ever did. It has become embedded in everyday life. The ethereal light that dazzled from above has become part of everyday things. We have moved from a world of internet wizards to a world of ordinary people routinely using the internet. The internet has become an important thing but not a special thing. It has become the utility of the masses rather than the plaything of computer scientists. (WELLMAN, 2004, p. 125)

É neste contexto em que a internet torna-se presente no cotidiano que ela passa a ser objeto de estudos de outras áreas do conhecimento, fator que a configura como campo de estudos, como interpreta Baym (2005 apud FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2013). Já na terceira fase proposta por Wellman (2004), colhem-se os frutos da incorporação da internet no cotidiano das pessoas. É o período em que os estudos passam a ter o caráter mais analítico e de interpretação de como ocorrem os usos sociais e culturais da internet e os reflexos disso no universo off-line.

Atualmente, o consenso a que chegam as análises acerca da internet enquanto campo de estudo é o de que a multiplicidade de focos e objetivos que podem existir na pesquisa para a internet tornam o campo de estudos híbrido. É o que colocam Fragoso, Recuero e Amaral (2013) ao se pensar a respeito da formulação de amostras e recortes de pesquisa que sejam trabalháveis metodologicamente.

A internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar, em função de sua escala (seus componentes contam-se aos milhões e bilhões), heterogeneidade (grande variação entre as unidades e entre os contextos) e dinamismo (todos os elementos são permanentemente passíveis de alteração e a configuração do conjunto se modifica a cada momento). (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2013, p. 55)

Mesmo com tais limitações, os estudos permanecem filiados à terceira fase descrita por Wellman (2004), com caráter mais analítico sobre os usos e apropriações. Das propostas metodológicas para os estudos, dentro de abordagens afinadas aos campos comunicação e das ciências sociais, destacam-se os colocados por Fragoso, Recuero e Amaral (2013): os estudos de redes sociais, estudos de *hiperlinks* e as abordagens etnográficas aplicadas às comunidades e grupos virtuais.

Tanto os estudos de redes sociais quanto os de *hiperlinks* fundamentam-se no objetivo de analisar as relações estabelecidas por agentes sociais - no caso das redes sociais - e por unidades de conteúdo e informação - no caso das análises de links -, de forma a compreender as conexões entre eles e como cada unidade dá acesso a outra. Já as abordagens etnográficas baseiam-se na descrição e compreensão de como se organizam comunidades virtuais e como ocorrem as relações entre indivíduos nelas, tendo como suporte a mediação das redes. As autoras ainda esclarecem que, mesmo com metodologias aplicáveis aos objetos on-line, abordagens multimétodos podem ser úteis no desenvolvimento das pesquisas, já que permitem ao pesquisador aplicar os dados obtidos do on-line a outros contextos e objetivos metodológicos.

Propostas e desafios para a pesquisa em Jornalismo Digital

Entre os diferentes objetivos que a pesquisa para a internet, voltada à comunicação, pode apresentar é a abordagem do jornalismo digital como objeto de pesquisa. Para esse contexto, a abordagem multimétodos, defendida por Fragoso, Recuero e Amaral (2013) mostra-se útil devido às características dos estudos teóricos em jornalismo e das diferentes abordagens que pode ser dadas ao jornalismo digital.

De uma forma geral, os estudos teóricos comunicacionais que envolvem o jornalismo e seus produtos acabam por contemplar três esferas, ou fases específicas da própria produção jornalística. São elas a produção jornalística, com estudos que se ocupam em compreender a organização do trabalho jornalístico; a difusão das informações, com foco nos meios e no conteúdo veiculado neles; e a recepção do público, esta vinculada às análises de recepção e suas consequências sociais e culturais. É o que se verifica na revisão dos estudos de autores que se dedicam à pesquisa teórica do jornalismo e do *newsmaking*, modalidade de estudo que analisa as condições sociais, culturais e organizacionais da produção de notícias, tais como Nelson Traquina, Sebastião Squirra e Mauro Wolf.

Dentro de um contexto cibercultural, é possível analisar que o processo jornalístico como um todo sofre alterações com a incorporação das tecnologias digitais e seus usos pelos jornalistas e pelo público. Sendo assim, os estudos teóricos em jornalismo digital, além de se ocuparem dos processos jornalísticos, têm a necessidade de compreender também a dinâmica dos próprios meios digitais e suas implicações no fazer jornalístico, etapas que podem ser facilitadas pelas metodologias voltadas à pesquisa de internet.

Segundo Ferrari (2010), a incorporação das tecnologias digitais de informação nas rotinas produtivas do jornalismo altera de tal forma a lógica comunicacional estabelecida até então que as próprias teorias do jornalismo, formuladas com base na prática exercida em empresas, necessita de adaptações. Estas, não dizem respeito apenas ao que toca os próprios profissionais do jornalismo. Considerando o cenário cibercultural dentro de um campo em que agentes e instituições determinam práticas e valores (BOURDIEU, 2008), as mudanças na forma como o jornalismo se organiza em sua vertente digital modificam e são modificadas por mudanças no público consumidor de informações, já que, de acordo com a autora, a internet proporciona formas únicas de acesso a conteúdos, sendo que isso passa a se realizar não apenas nos sites de notícias e em portais de conteúdos, mas também em outras plataformas digitais, principalmente nas redes sociais.

O poder de transformação causado pelo uso das redes sociais também pode ser colocado como um dos grandes avanços das internet neste

começo de século XXI. Qualquer análise de mídias digitais, por sua própria natureza, não pode estar dissociada dos aspectos de estratégia, gestão e de comportamento humano. (FERRARI, 2010, p. 79)

Comportamento humano esse que se modifica por estar inserido no sistema cultural da cibercultura. Assim, o jornalismo digital inserido nessa cibercultura passa a lidar com um público que recebe, consome e compartilha informações por meio dos usos das redes sociais, produzindo também novos conteúdos. No que diz respeito aos suportes midiáticos em que esse conteúdo é disponibilizado, Jenkins, Ford e Green (2013) denominam *spreadability* - em tradução livre, "espalhabilidade" - os recursos que possibilitam aos usuários das mídias compartilhar e produzir novos conteúdos, o que agregaria visibilidade a elas. Assim, o jornalismo digital passa a lidar também com novas formas de acesso à informação e com diferentes maneiras de uso dessas informações pelo público.

No que diz respeito ao conteúdo veiculado pelo jornalismo digital, as possibilidades de uso das diferentes formas de veiculação de conteúdos existentes na internet fazem com que as narrativas jornalísticas tornem-se cada vez mais híbridas, o que exige do público receptor desses conteúdos conhecimentos a respeito do uso das mídias e do universo digital, para que seja possível a apreensão e controle desses conteúdos (FERRARI, 2010). Tratam-se de elementos textuais, imagens, vídeos, infografias, além de links que direcionam o leitor a outros conteúdos.

Em relação a essas possibilidades hipertextuais e de exploração dos recursos multimídia na construção das notícias, Palacios e Noci (2009), em sua análise de metodologias que sirvam como subsídios às pesquisas em jornalismo digital, sistematizam critérios de análise que auxiliam no estudo das características textuais e de narratividade do jornalismo em internet. As categorias são a hipertextualidade, voltada para a análise das relações estabelecidas entre o conteúdo da notícia e os conteúdos relacionados a ela por meio de hiperlinks; a multimídia, que trata dos recursos multimídia empregados nas matérias; a interatividade e participação, que se relaciona com os estudos de *spreadability* de Jenkins, Ford e Green (2013); e a temporalidade dos fatos, em muito alterada pelas mudanças nas rotinas produtivas e de fluxo de informação.

Já no tocante ao processo de produção jornalística dentro do contexto cibercultural, vale ressaltar que, sendo a cibercultura um sistema de valores e de práticas culturais, a própria seleção do que é considerado notícia pelos meios digitais sofre modificações. Essa perspectiva se enquadra nos estudos de *newsmaking*, que se dedica ao estudo das rotinas produtivas do jornalismo e da análise dos fatores que interferem na construção das notícias.

De acordo com Mauro Wolf (apud ALONGE DA SILVA, 2008), a seleção do que é notícia dentro do universo jornalístico ocorre segundo dois fatores fundamentais: a cultura profissional na qual o jornalista está inserido e as condições organizacionais de seu trabalho. A partir dessa definição, pode-se compreender que novos aspectos relevantes da cultura digital passam a ser levados em consideração no processo de construção das notícias. Ou seja, o universo cultural jornalístico expande-se abarcando questões específicas da esfera digital, tais como seus aparatos tecnológicos e, principalmente, os usos e apropriações midiáticas. A respeito desse último fator de relevância, vale retomar a ideia de Ferrari (2010) acerca da importância dos usos das redes sociais para as análises em comunicação nos meios digitais. A partir disso, é possível afirmar que os usos midiáticos e a produção e difusão de informações pelas audiências passam a modificar não só a veiculação e recepção das notícias, mas também sua própria etapa de produção.

Assim sendo, o enfoque metodológico empregado em pesquisas dedicadas ao jornalismo digital deve ser planejado de forma a dar conta dessas diferentes esferas, de acordo com o objetivo de cada pesquisa. Relacionando o perfil das pesquisas em jornalismo digital às metodologias para internet (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2013), pode-se identificar que os métodos e técnicas específicos para internet auxiliam o pesquisador a compreender o meio digital em que as notícias estão inseridas, veiculadas e de onde surgirão os fatores que provocam novas mudanças no contexto. Em contrapartida, outros aspectos do jornalismo digital podem e devem ser compreendidos a partir de abordagens metodológicas tradicionais, já que, de acordo com Ferrari (2010), a narrativa jornalística acaba por se tornar híbrida.

Tomando como exemplo os métodos explorados por Fragoso, Recuero e Amaral (2013), podemos destacar a contribuição da análise de *hiperlinks* para compreender como ocorrem as relações de hipertextualidade existentes nas notícias. Também o estudo das redes sociais para compreender como se organizam as novas audiências em espaços e instâncias onde ocorrerão práticas de compartilhamento e difusão de conteúdos. Por outro lado, a compreensão de aspectos como as rotinas produtivas, o fluxo de informações em sites e portais, e o próprio conteúdo das notícias ainda podem se valer de métodos consagrados, como as análises de conteúdo e de discurso, as observações e pesquisas participantes e os estudos de caso. É o que propõe, por exemplo, a metodologia utilizada pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL), da Universidade Federal da Bahia, que alia pesquisas e metodologias para a internet com estudos de caso e pesquisas de campo

(MACHADO; PALACIOS in LAGO E BENETTI, 2006). Esse tipo de abordagem está em consonância com as abordagens multimétodos defendidas pelas Fragoso, Recuero e Amaral (2013).

Abordagens metodológicas em objetos contemporâneos: o site youPIX

A partir do que foi exposto anteriormente, chega-se a um panorama das mudanças pelas quais passa o jornalismo praticado na internet. De uma forma geral, uma das características principais desta vertente é a hibridização de formatos e linguagens utilizadas na construção das narrativas jornalísticas na web, além das mudanças na prática e valores jornalísticos. Assim, as consequências metodológicas para a pesquisa que seja dedicada ao jornalismo digital e suas vertentes na cibercultura acabam por ser tanto a dificuldade em classificar os gêneros jornalísticos que emergem, quanto a variedade de metodologias que podem ser aplicadas, como conferido em Palacios e Noci (2009) e em Fragoso, Recuero e Amaral (2013).

Portanto, a cena cibercultural apresenta uma grande variedade de produtos jornalísticos ou que apresentam qualidades jornalísticas que se mostram objetos de estudos potencialmente férteis do ponto de vista epistemológico. Para este artigo, concentramo-nos em analisar a cobertura feita pelo site youPIX da discussão política e posterior aprovação do Marco Civil da Internet. Nosso objetivo é mapear as possibilidades de pesquisa que tal amostra apresenta e refletir sobre a aplicabilidade das metodologias atuais para a área cibercultural nas possíveis pesquisas identificadas.

Criado em 2006 no formato impresso de revista, o youPIX - www.youpix.com.br - é um dos principais veículos de informação brasileiros dedicados à cultura digital e cultura da internet. Conforme a descrição disponível no próprio site, define-se como:

uma plataforma que celebra, discute e é palco para a cultura da internet (...) seu site, youpix.com.br, visto na internet brasileira como um hub³ de tudo o que acontece de importante na internet brasileira e como veículo que explica e organiza os movimentos culturais mais importantes que nascem na rede. (YOUPIX, acesso em 9 jul. 2014)

A definição como "plataforma" deve-se ao fato de não contar apenas com o formato de website. Desde 2009, é promovido o youPIX Festival, evento anual que conta com palestras, discussões e premiações dedicadas aos fenômenos e expressões da cultura da internet no Brasil. A expressividade do site dentro do universo cultural da internet mostra-

³ Hub: termo técnico da área da informática que designa aparelhos que concentram informações e as distribuem a vários receptores ao mesmo tempo.

se em sua presença nas redes sociais: até 9 de julho de 2014, contava com 90.315 curtidores em sua *fanpage* oficial no Facebook, 61.631 seguidores no Twitter e 249.528 seguidores no Google +. Assim, a partir de sua própria definição, o youPIX pode ser compreendido como um veículo de difusão de informações referentes à cultura da internet, considerada aqui como uma das manifestações da cibercultura e, dessa forma, uma expressão das práticas, atitudes e valores que se desenvolvem com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999).

Figura 1- Homepage do site youPIX



Fonte: *print screen* da página (acesso em 15 jul. 2014)

A seleção do site como objeto de estudo da aplicabilidade de metodologias para a análise de produtos do jornalismo e da comunicação digital deve-se, então, ao caráter híbrido dos conteúdos publicados no site, voltados a fatos, acontecimentos e eventos que possuem implicações na cultura da internet, além de usos e apropriações das mídias e plataformas digitais e a produção e compartilhamento de conteúdos nas redes.

Dentro do universo de matérias e artigos publicados, selecionamos aqui a cobertura dedicada às discussões acerca da votação da Lei nº 12.965, conhecida como Marco Civil da Internet, que regula o uso da internet no Brasil e estabelece direitos e deveres. O texto foi aprovado pelo Congresso Federal em 25 de março de 2014 e pelo Senado em 23 de abril do

mesmo ano. A escolha da cobertura foi feita por conta de ser um tema tocante tanto às esferas off-line e on-line, dentro da cibercultura, e por permitir uma visão geral de como o site acompanhou as discussões políticas.

A seleção das matérias analisadas foi feita com base nas tags utilizadas pelo site para agrupar matérias e posts de mesma temática. Assim, foram destacados os conteúdos reunidos nas tags "Marco Civil" e "Marco Civil da Internet". A partir da observação de suas características, segue-se uma breve análise dos aspectos identificados.

Cobertura do youPIX: aspectos identificados

A partir da coleta de matérias e postagens no site agrupadas nas tags, chega-se ao número total de 31 postagens. O conteúdo mais antigo postado no site relacionado ao Marco data de 12 de novembro de 2012. Já a postagem mais recente (até 11 de julho de 2014) não continha data, pois estava atrelada ao *hotsite* - página promocional temporária - do evento youPIX Festival de 2014. Do total de matérias coletadas, 15 foram publicadas em 2014, 14 em 2013 e apenas uma em 2012. Desse período, a maior concentração de postagens ocorreu nos meses de março e abril de 2014, períodos em que o projeto de lei foi aprovado pelo Congresso e pelo Senado, respectivamente. Observa-se ainda que as postagens realizadas são bem próximas às datas de aprovação nas casas do Legislativo (25 de março e 23 de abril).

A respeito do perfil das postagens, podemos analisar que, em linhas gerais, as postagens têm o objetivo de fornecer informações a respeito da tramitação do projeto no Legislativo, das discussões em torno dos pontos previstos no Marco Civil e das votações no Congresso e no Senado. Porém, são conteúdos não vinculados a valores de instantaneidade, ou com características dos "furos" jornalísticos. O que se verifica nas postagens e matérias do youPIX é que são conteúdos voltados em muito à repercussão dos fatos e informações já noticiados em sites e portais de notícias.

Esse viés do site de dar vazão a informações sobre a tramitação do Marco Civil pode ser verificado pelo próprio formato das matérias publicadas e pelos recursos hipertextuais que elas utilizam. Tomemos como exemplo a matéria de 17 de fevereiro de 2014 intitulada "4 links pra você sacar em que pé estamos com a votação do Marco Civil". O texto introduz o assunto explicando ao leitor que o projeto poderia ir à votação naquela semana, mas por conta de mudanças no texto, seu conteúdo poderia gerar confusões. Assim, o site oferece ao leitor quatro links, seguidos de um breve resumo dos conteúdos recomendados, para que o

leitor se atualize em relação ao tema. Eles redirecionam o leitor para: o blog link, do jornal O Estado de S. Paulo; o site G1, das Organizações Globo; o site Brasil Post, ligado ao Grupo Abril e uma página da plataforma docs, do Google, chamada "16 igual NSA". Vale ressaltar que a página conta com conteúdo aberto e permite atualização por qualquer leitor ou usuário das redes. Nela, são colocados textos, links e outras informações contrárias ao artigo 16 do projeto de lei, que previa a guarda de registros de acesso por parte dos provedores de internet. Ou seja, as fontes de informação repercutidas pelo site são diversas, englobando não apenas sites e portais consagrados no jornalismo digital, mas também conteúdos produzidos e difundidos por usuários comuns.

Ainda a respeito desse perfil, uma característica própria da cobertura feita pelo youPIX é a repercussão em torno do Marco Civil ocorrida nas redes sociais, como no Facebook, Twitter e Tumblr. Das 31 matérias destacadas a respeito do Marco Civil, cinco delas tinham como foco principal ou como abordagem no texto as reações geradas nas redes sociais acerca do projeto. Dessas, destacam-se três postagens, duas de março e uma de abril de 2014. As postagens de março registram duas repercussões nas redes imediatas à aprovação do Marco Civil no Congresso.

Na matéria intitulada "As melhores reações na internet à aprovação do Marco Civil", de 26 de março, o site destaca a aprovação do projeto pelo Congresso e acrescenta imagens capturadas de telas de computadores de postagens feitas por usuários comuns no Facebook e no Twitter sobre a aprovação. De modo geral, o site destaca reações positivas, explicitando seu apoio ao projeto.

Reunimos algumas reações à aprovação no Twitter e no Facebook. Veja abaixo — tem de tudo — brincadeiras e gente falando sério sobre o assunto. Lembrando que caso você queira saber mais sobre o projeto, pode ver o nosso post que explica o motivo da aprovação ter sido uma vitória pra gente. (YOUPIX, 26 mar. 2014)

No mesmo dia, outra matéria destaca as reações contrárias ao projeto de lei, fruto de desconhecimentos por parte dos usuários das redes, acerca do conteúdo do Marco, e também de posições pessoais anti-Marco Civil. Em "Tumblr do Dia: 'Sabe de nada, inocente'", também são dadas informações a respeito da aprovação no Congresso e, em seguida, divulgado o Tumblr - tipo de plataforma blog que permite aos usuários postagens de textos, vídeos, imagens, animações em formato GIF, áudios e links - que reúne imagens de telas de computador dessas reações negativas.

Pessoal anda meio perdido com a história do Marco Civil da internet. Na terça-feira (25), o projeto foi aprovado com apenas um voto contra na

Câmara e alguns internautas, revoltadíssimos, foram para a tela dos seus computadores esbravejar contra o mundo. (...) Para gravar permanentemente os comentários dos usuários da rede, foi criado o Tumblr Sabe de Nada, Inocente. Ele reúne uma série de imagens de pessoas que ainda não entenderam muito bem como funciona o Marco Civil — se você é uma delas, clique aqui para saber mais sobre o assunto. (YOUPIX, 26 mar. 2014)

Já em uma matéria de 24 de abril de 2014, após a aprovação do Marco pelo Senado, o site repercutiu as notícias sobre uma conversa realizada via Facebook entre a presidente Dilma Rousseff e usuários da rede social. Na ocasião, Dilma respondia a dúvidas a respeito da lei recém-aprovada. Além de abordar as informações transmitidas pela presidente, o youPIX destacou a repercussão nas redes de um dos momentos da conversa: em determinado instante, um dos participantes pediu para Dilma fazer um "*high five*" para a câmera, gesto em que duas pessoas batem as mãos no ar em comemoração. O fato de a presidente aceitar o pedido e fazer o gesto gerou uma grande repercussão nas redes, como pessoas interagindo com a imagem, compartilhando a foto, postando comentários em aprovação e/ou crítica, entre outros. A partir disso, o foco da matéria foram as reações dos usuários das redes em relação ao ato de Dilma.

Dessa forma, é possível compreender aspectos que mostram como o youPIX insere-se em um contexto cibercultural no qual as práticas e valores gerados a partir do uso das mídias e da conexão nas redes são também fontes de informação e estão diretamente relacionados aos acontecimentos do mundo off-line. Indo além do foco na repercussão gerada nas redes, o site ainda demonstra destacar a ação comunicativa dos usuários das redes, incentivando sua participação por meio de compartilhamentos e postagens nas redes.

Logo no início da cobertura feita pelo site, em 12 de novembro de 2012, época em que ainda havia expectativas pela votação do projeto - o texto tramitou no Legislativo entre 2007 e 2014 -, a matéria "Caro deputado @AlessandroMolon, conto com vc pra ajudar a manter minha internet livre! #MarcoCivil" incentivava seus leitores, a enviar mensagens via Twitter ao deputado federal Alessandro Molon, relator do projeto no Congresso, pedindo para que, na época, fossem feitas alterações no texto que garantissem valores como o da neutralidade de rede, antes que fosse à votação. O texto ainda explicava pontos referentes ao projeto que poderiam ser negativos à internet, além de links que redirecionavam o leitor a sites e outros conteúdos explicativos. Um desses links era do próprio perfil de Molon no Twitter.

Já em "Um Compartilhaço pelo Marco Civil e a neutralidade de rede", matéria de 17 de março de 2014, o site registra a expectativa em torno do encaminhamento do projeto à votação no Congresso, defendendo a manutenção do princípio da neutralidade de rede. Para isso, a postagem destaca a atuação da rede de mobilizações virtuais "Meu Rio" e uma mobilização em curso para que o projeto fosse votado e aprovado no Legislativo. Contando com a ação do leitor-usuário das redes sociais, o texto convida os leitores a participarem de um "compartilhaço" no Facebook, mobilização para que o mesmo conteúdo fosse postado ao mesmo tempo em vários perfis da rede social. A matéria disponibilizava, por meio de link, a página da mobilização no site da rede Meu Rio, onde o usuário poderia utilizar um recurso em que seu perfil no Facebook ficaria programado para postar, no mesmo momento que outros perfis programados, um post a favor da aprovação do projeto. Iniciativas como esta foram identificadas de forma comum ao longo das matérias.

Conclusão: diversidade de possibilidades metodológicas

O que se conclui a partir da análise de características das matérias do youPIX selecionadas para este estudo é que a cena cibercultural oferece uma série de possibilidades de inovação que são um reflexo das mudanças as quais a comunicação e o próprio jornalismo são submetidos com a apropriação dos meios digitais e da conectividade em redes.

Do que pudemos verificar na cobertura do site a respeito da aprovação do Marco Civil da Internet, fica claro que as inovações se evidenciam nos seguintes aspectos: as estratégias de abordagem do youPIX acabam por se diferenciar das abordagens tradicionais de sites e portais de notícias, já que em muitas de suas matérias, o objetivo principal não é divulgar informações primariamente, mas sim fazer um retrospecto das informações já veiculadas em outros meios e observar a repercussão causada por tais conteúdos.

Também se observam inovações na relação estabelecida entre o youPIX e os demais sites e portais em rede, dentro do contexto de um campo midiático, remetendo à ideia de campo de Bourdieu (2008). Isso se exemplifica voltando ao caráter das matérias de fazer retrospectos das informações e observar as repercussões a respeito deles. Por serem conteúdos veiculados nos meios digitais, o site explora os recursos hipertextuais para compor redes de conectividade com vários outros sites e portais, sejam eles pertencentes a grandes grupos de comunicação ou blogs e páginas de usuários comuns das redes. Por meio desses recursos, as postagens conseguem redirecionar seus leitores a conteúdos

complementares e ainda a novos conteúdos, já que, em geral, o foco principal das matérias não é o mesmo das notícias veiculadas nos grandes meios.

Essa é, talvez, uma das maiores inovações que o youPIX coloca em seu trabalho de veicular informações referentes à cultura da internet e à cibercultura. A partir das novas configurações do campo cultural em que a atividade do site está inserida, novos aspectos passam a apresentar relevância nas práticas comunicacionais no ciberespaço e tornam-se assunto dos artigos e matérias. O fato motivador dessas práticas é, comumente, um acontecimento do universo off-line, como foi o caso da conversa de Dilma Rousseff com usuários do Facebook, evento que pode despertar o interesse da maior parte dos veículos. Porém, ao executar um gesto durante essa conversa - mandar um "high five" ao público - e isso gerar uma repercussão de novas práticas midiáticas, o fato passa a ter implicações que interessam aos critérios de avaliação do youPIX. Somado a isso, está uma nova relação com o público leitor dos conteúdos do site, um público que também é usuário das redes sociais e que, ao se apropriar das potencialidades das redes, também é um produtor de conteúdos, atitude essa incentivada em várias das matérias do site.

Todas essas inovações apresentadas pelo youPIX encontram sustentação na cibercultura proposta por Pierre Lévy (1999) como conjunto de práticas e valores formados a partir do desenvolvimento do ciberespaço, sendo este impossível de ser desvinculado ao espaço material, espaço off-line. É por conta dessas especificidades do tema que, conforme colocam Fragoso, Recuero e Amaral (2013), o campo de estudos e pesquisas voltadas à internet e, conseqüentemente, à cibercultura, é um campo híbrido e difuso, que coloca ao pesquisador tanto limitações quanto potencialidades de análise. Por isso, a abordagem multimétodos defendida pelas autoras mostra-se vantajosa, por permitir que o pesquisador abarque essas possibilidades de forma completa.

Esse tipo de abordagem metodológica pode ser aplicável em nosso caso de estudo, as características da cobertura do site youPIX a respeito do Marco Civil da Internet. Por exemplo, o fato de as matérias privilegiarem a recuperação de informações já veiculadas de forma ampla nas mídias e oferecer ao leitor uma gama de links pelos quais ele pode acessar matérias de outros sites e vários outros tipos de informação nas redes pode ser objeto de uma análise de *hiperlinks*, que verifique como se configura a rede de conectividade estabelecida pelas matérias do site com outras páginas e portais, analisando quais sites recebem maior atenção do youPIX, onde estão as referências para as informações repercutidas nas matérias do site, entre outras abordagens. Tal análise pode ser

complementada por meio de análises de conteúdo, que observam aspectos referentes à própria construção das matérias e como esses links e informações hipertextuais são utilizados na formulação das mensagens veiculadas.

Outra possibilidade de aplicação metodológica está no estudo da difusão das informações publicadas no youPIX e o perfil do público a quem esses conteúdos se destinam. Como foi identificado na análise das matérias, o site considera seu público leitor também usuário das redes sociais e produtor de conteúdos que podem ser difundidos nas redes, além de incentivar o uso das redes sociais pelos leitores na produção de novas informações. Além disso, a própria ação dos usuários das redes já é fonte de informação para o site em matérias que se voltam para a repercussão de fatos e notícias nas redes sociais. Assim, metodologias como a análise de redes sociais, aliada aos estudos de recepção, podem auxiliar o pesquisador a compreender como o público do site se apropria dos conteúdos difundidos nas matérias e como a apropriação dessas informações por parte dos leitores trará efeitos em seus usos das redes sociais, tais como Facebook e Twitter, além de verificar como se organizam esses usos e como os conteúdos advindos dos usuários comuns são produzidos e ganham visibilidade e difusão nas redes.

Mesmo com uma ampla oferta de potencialidades de pesquisa, objetos pertencentes ao universo da cibercultura e da cultura da internet, tais como o youPIX, não deixam de demandar bases teóricas e metodológicas e mesmo o tratamento metodológico fundamentado em teorias e métodos já consagrados pela literatura em estudos comunicacionais. É o caso das análises das rotinas produtivas em jornalismo digital. Apesar de ser um estudo que demanda conhecimentos a respeito dos aspectos tecnológicos dos meios digitais, apenas com o conhecimento das teorias do jornalismo e do newsmaking, formulados em contextos off-line, torna-se possível a compreensão de como o campo se modifica no contexto cibercultural. Esta troca entre bases teórico-metodológicas tradicionais e específicas para a cibercultura, além de sua multiplicidade de objetos e enfoques empíricos, é o que torna o campo de estudos em internet um campo híbrido de estudos, como analisam os diversos autores da área. Porém, são essas características que o tornam também um campo com grandes potencialidades de inovação científica, qualidade indispensável para a produção do conhecimento, que é o objetivo principal de qualquer estudo científico.

BIBLIOGRAFIA

AMARAL, Adiana; RECUERO, Raquel; AMARAL, Suely. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença. Contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Trad. Guilherme Teixeira. Porto Alegre: Zouk, 2008.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 24 abr. 2014.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2010.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media: creating value and meaning in a networked culture**. Nova York: New York University Press, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004. 295 p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: 34, 1999. 260 p. Tradução de: Carlos Irineu da Costa.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: Lago, Claudia e Benetti, Marcia. (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. São Paulo: Paulus, 2006, v. 1, p. -. Petrópolis: Vozes, 2007, v. , p. 199-222.

PALACIOS, Marcos; NOCI, Javier Diaz (org). **Ciberperiodismo: Métodos de Investigación**. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009.

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

SILVA, Wagner Alonge da. **Blogs entre o continuum e o degradé: um estudo de gêneros ciberjornalísticos e critérios de noticiabilidade**. 2008. 232 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2008.

WELLMAN, Barry. The three ages of internet studies: ten, five and zero years ago. **New Media & Society**, Chicago, v. 6, n. 1, p.123-129, 2004.

YOUPIX. **Youpix: pessoas + pixels**. Disponível em: <<http://youpix.virgula.uol.com.br/>>. Acesso em: 13 jul. 2014.