
Quando as redes sociais aceleram o debate social: análise de comentários do YouTube, dos canais UOL e G1, no caso de ‘racismo recreativo’ Kérollen e Nancy¹

Maria Clara Guimarães da Costa MOURA²
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

Em 31 de março, o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro (MPRJ) recebeu quase 700 denúncias sobre um vídeo publicado no canal das influencers Kérollen Cunha e Nancy Gonçalves, na rede social Tik Tok. Nas imagens, as influencers dão uma banana e um macaco de pelúcia para duas crianças negras, o que a advogada especialista em direito antidiscriminatório, Fayda Belo, caracteriza como ‘racismo recreativo’, ou seja, quando alguém usa da discriminação contra pessoas negras para uso de diversão. Utilizando a metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS), a pesquisa examinou as palavras-chave mais recorrentes em comentários do YouTube, dos canais UOL e G1, a fim de verificar como a discussão vem sendo levantada na plataforma de vídeos e como a mídia utiliza as inovações para reconhecer termos, e nomear ações, que podem auxiliar nos debates públicos e sociais.

PALAVRAS-CHAVE: comunidades; plataformas; comentários; YouTube; Netlytic.

Introdução

“Talvez uma das vertentes do racismo mais normatizada na cultura brasileira, o racismo recreativo se tornou pauta nas redes sociais após duas influenciadoras publicarem vídeos em que dão de presente para crianças negras uma banana e um macaco de pelúcia” (Germano, 2023). A citação que dá início a matéria publicada no site Correio Braziliense é o objeto de estudo do presente trabalho.

Criada pelo pesquisador Adilson Moreira, e com livro de mesmo nome, a expressão ‘racismo recreativo’ surgiu como forma de combater a prática de brincadeiras que podem parecer inofensivas, num primeiro momento, mas que na verdade são formas de micro agressões com pessoas negras. Germano (2023) aponta que a prática já é

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo – PPGJOR/UFSC, e-mail: mariacguima@gmail.com.

descrita na legislação brasileira, passando a ser tipificada como crime de racismo e inserida na lei específica contra discriminação racial.

Durante o mês de maio de 2023, um caso denunciado como racismo recreativo ganhou forte repercussão nas mídias sociais ao envolver duas influenciadoras, Kérollen Cunha e Nancy Gonçalves, que publicaram vídeos na plataforma TikTok oferecendo quantias em dinheiro para crianças ou um presente embrulhado. Nos vídeos, é possível notar que as duas crianças abordadas são negras e, ao escolherem os presentes, encontram uma banana e um macaco de pelúcia.

Pensando nisso, o presente trabalho buscou selecionar vídeos da plataforma YouTube, de canais jornalísticos, para efetuar uma análise textual de seus comentários e elencar como a discussão foi guiada neste espaço, a partir da mobilização de atores sociais. Para a escolha dos vídeos, inicialmente foi feita uma pesquisa no YouTube, por meio da sua ferramenta de busca. Com isso, foram delimitados critérios de seleção que auxiliaram no processo de escolha dos objetos da pesquisa: a) vídeos de canais jornalísticos hospedados na plataforma YouTube com atualizações periódicas; b) publicação na mesma data (31 de maio) na qual o MPRJ³ contabilizou as mais de 700 denúncias; e os c) vídeos deveriam ser um produto produzido para a internet – neste tópico o critério não selecionou vídeos que se caracterizavam como recortes de programas de veículos tradicionais televisivos ou radiofônicos.

Ao final da seleção a análise chegou a dois canais do YouTube, do G1 e UOL, que publicaram vídeos explicando o caso. O primeiro com um YouTube Shorts – modelo da plataforma que possibilita a criação de vídeos mais curtos, de até 60 segundos⁴, e o segundo como um vídeo de quase três minutos. A partir da seleção, os vídeos foram enviados para o software Netlytic⁵, que ofereceu a Análise Textual e de Redes dos dados e, posteriormente, os resultados apresentados no final da pesquisa.

Novas tecnologias e a prática jornalística online: criando comunidades

³ Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro

⁴ Como criar seu primeiro Shorts do YouTube: <https://support.google.com/youtube/answer/10059070?hl=pt-BR>.

⁵ Netlytic: https://netlytic.org/index.php?do_addDataset.

A internet vem transformando diariamente o meio ao qual estamos inseridos. Em uma sociedade da informação em contínuo processo de mutações, o jornalismo e a internet propiciam a criação de novos meios de comunicação que podem estar na palma da mão, seja por meio de smartphones, computadores e tablets, ou até mesmo por ambientes de comunidade como: redes sociais, plataformas, streamings, etc. Para Andréa (2020, p. 23-24), vivemos em uma sociedade atrelada a um ecossistema de plataformas online e globais, além das mídias, que vão se adequando a nossa vida cotidiana e exploram os espaços sociais de diferentes formas. Com mudanças estruturais relacionadas não só a profissão, mas também ao consumo de informações e a maneira com que se constrói a notícia (Pereira; Adghirni, 2011), o jornalismo possibilita formas de se contar uma história, na qual o público deixa de ser receptor, para ser emissor atuante e imerso em uma cultura da convergência (Jenkins, 2008).

Suscitando a atenção de jornalistas em suas rotinas diárias de pesquisa, a internet vem oportunizando que a distribuição de notícias saia dos meios tradicionais (TV, rádio e jornal) e se expanda para os ambientes online com blogs e redes sociais que popularizam ainda mais a informação. Canavilhas (2010, p.3) destaca que estes canais estão, hoje, “perfeitamente integrados na atividade profissional jornalística, sobretudo em duas fases cruciais do processo de produção jornalístico: a recolha de informação e a distribuição de notícias”.

Como um diferencial importante nos modelos de negócio, a inovação também ganha foco ao promover mais “rentabilidade financeira em tempos de queda nas vendas de formatos tradicionais, como o impresso” (Ventura; Ito, 2017, p.50). Um tweet, ou post que viraliza, pode virar notícia rapidamente e levantar discussões de relevância dentro do ambiente digital. Promovendo um debate sobre as mudanças nas práticas jornalísticas e a participação dos leitores nas notícias, Kárta Francisco (2010), aponta que a tecnologia abre vias para a participação de usuários com ‘botões’ que reforçam a ideia de interação e, com isso, os meios de comunicação sentem uma necessidade de aproximar o sujeito da informação, criando, assim, uma relação de causa-efeito e tornando-se útil.

[...] Em um mundo mais interligado, um jornalista deve ser um narrador para orientar os usuários, um intérprete para avaliar o que é realmente importante e

um profissional que incentiva a participação e promove a ligação das comunidades com o meio (Pavlik, 2005 in Lopez, 2007:115).

Destacando o papel dos jornalistas neste novo cenário, Francisco (2010, p.197) afirma que a “verificação e a síntese se tornam a espinha dorsal do novo papel do gatekeeper do jornalismo, o de fazedor de sentido (sensemaker)”. Aprendendo a fazer parte de algo novo e tornando a audiência parte do seu processo, os jornalistas acrescentam, nas suas capacidades, a ideia de moldar conversas em ambientes mais amplos e de contextualização. Assumindo novos desafios e aumentando seu nível de trabalho, o profissional do jornalismo se entrelaça a ambientes participativos que entregam informações para todos os grupos e assume o papel de narrador que orienta, interpreta e avalia o que é realmente importante para criar uma relação simbólica entre as comunidades.

E já que estamos falando sobre comunidades, é preciso analisar como os canais de distribuição de notícias estão criando ‘*gatekeepers*’, que comentam e selecionam as notícias que mais lhe interessam, e as distribuem para amigos e seguidores nos perfis das redes. Destacando que a sociedade e as redes sociais criam dois níveis de *gatekeeping*, Canavilhas (2010) reforça que, no primeiro nível, os jornalistas selecionam os acontecimentos que podem virar notícia, motivados pelo pouco espaço nos meios tradicionais. Com a web, a possibilidade de publicar em uma maior quantidade aumenta, e pode ser feita nos mais diferentes formatos e entrelaçamentos. Além disso, a ação também conta com o obstáculo da instantaneidade, embora este possa ser contornado com a criação de *feeders* e *tags*, que atuam como mecanismos de seleção.

Já na segunda ação, Canavilhas (2010) apresenta a indicação de pistas para a leitura, o chamado ‘*gatewatching*’ (Bruns, 2003). Emergindo em um ecossistema de grande fragmentação, devido à multiplicidade de fontes e excesso de informações, o *gatewatching* cria uma estabilidade e ligação entre os leitores, e possibilita a criação de grupos em comunidades (Kovach e Rosenstiel, 2001), como é o caso dos ‘influencers’⁶, ou criadores de conteúdo, que surgem com as redes sociais.

⁶ Influencers, ou digital influencer, é uma personalidade que conta com presença substancial nas redes sociais. Com os avanços do chamado ‘marketing de influência’, estes profissionais se tornam cada vez mais importantes para marcas, pois conta com a confiança de seus seguidores e forte influência em seu poder de compra, por exemplo.

Procurando se adaptar a esta constante mudança nas redes que visam otimizar a leitura na web, além do compartilhamento de notícias e espaços para comentários, Canavilhas (2010, p.6) destaca que, ao envolver mais leitores e criar comunidades virtuais, o jornalismo trabalha na ampliação do seu espaço para debate. A ideia de comunidades, que se encaixa em uma comunicação bidirecional, de muitos para muitos, possibilita a criação de relações mais profundas e que se enquadram nas características dos novos meios interativos. Analisando estas ações, é possível notar que os atores da comunicação massiva criam relações a partir dos laços que os unem, transformando os ambiente de notícia em espaços transmídia, que conversam entre si, mas também possuem seu próprio espaço e história.

Defendemos aqui que, na contemporaneidade, os modos de se estabelecer vínculos na web não podem ser vistos fora de uma lógica de sociabilidade programada proposta pelas plataformas. Ao discutir as lógicas sociotécnicas da conectividade induzida pelo Facebook, Taina Bucher (2013b) ressalta que essa plataforma atua não só para materializar vínculos anteriores ou sugerir novos, mas é também corresponsável pela emergência de uma nova concepção de amizade. Não se trata de atribuir aos artefatos tecnológicos o poder de controlar as práticas contemporâneas, mas sim de reconhecer que, em suas lógicas materiais e econômicas, uma plataforma como o Facebook influi decisivamente no modo como compreendemos e gerimos nossas relações interpessoais, profissionais, com a vizinhança etc (Andréa, 2020, p. 19).

O poder das plataformas: ampliando a voz dos atores sociais

Ao pensarmos em comunidades virtuais, e sua ligação com a interatividade, nos envolvemos nos conceitos de redes sociais que, hoje, “dão mais voz às pessoas, mais construção de valores e maior potencial de disseminar informações” (Francisco, 2010, p.198). Ao facilitar um processo de transmutação, na qual os leitores se relacionam com os *media*, são as redes sociais que geram maior envolvimento e fortalecem os laços entre os dois lados (Canavilhas, 2010).

Se apropriando de uma lógica de conexão que potencializa as plataformas como uma estratégia de registro de dados de suas relações (Andréa, 2020, p.20), a transformação de audiências em comunidades se encaixa a ideia de cultura participativa e de fidelização entre consumidores. Como um espaço de comunicação democrática, de manifestações e ações ativistas, as mídias sociais têm importante papel nas mobilizações dos agentes sociais.

Paulino e Empinotti (2020, p.4) reforçam que vários autores já desenvolvem diferentes abordagens e métodos de avaliação do papel e uso das redes sociais nestas manifestações. Como um estudo que vem crescendo e se diversificando a partir da sua popularização (Andréa, 2020), plataformas como o Twitter e o Facebook foram um diferencial importante, por exemplo, nas manifestações de junho de 2013, que reivindicavam a redução no preço das tarifas de ônibus nas capitais de todo o Brasil (Paulino e Empinotti, 2020).

Matt Leighninger (2018) avalia que as redes sociais fortalecem “novas vozes” – jovens, pessoas com poucos recursos, imigrantes – e também mobilizam pautas a respeito de questões de gênero e etnias, que utilizam das Mídias Sociais como uma praça pública digital. Para Leighninger (2018), a Internet por si só não resolve o problema de como dimensionar o engajamento público, contudo fornece alguns recursos que, combinados com outras pessoas que gostam de se envolver e que tenham o mesmo objetivo, podem ajudar a tornar envolvimento muito mais viral, prevalente e poderoso (Paulino; Empinotti, 2020, p.4).

Correlacionando-se com a temática de plataformas e redes sociais, este artigo selecionou um caso de grande repercussão, no mês de maio de 2023, que ocorreu no TikTok. Como uma rede social em constante crescimento, o TikTok é uma plataforma dinâmica e em evolução, que oferece uma variedade de conteúdos. Seu diferencial está no ‘algoritmo’ que torna a experiência do usuário o centro de tudo e procura oferecer um espelho do gosto pessoal de cada um destes (Bhandari; Bimo, 2022). Bhandari e Bimo (2022) destacam que os sites de mídias sociais são projetos de gerenciamento da sociabilidade e negociação da autoexpressão por meio de laços sociais.

Voltando ao objeto de estudo, o assunto ganhou força após ser exposto pela advogada especialista em direito antidiscriminatório, Fayda Belo, que denunciou duas influenciadoras por ‘racismo recreativo’. Utilizando a plataforma para discutir casos, tirar dúvidas e responder questionamentos acerca desta temática, e sobre crimes de gênero e feminicídio, Fayda utilizou o seu espaço no TikTok para questionar o poder público sobre ações que deveriam ser tomadas contra as influenciadoras. Contabilizando, em julho de 2023, 1.7M de seguidores no seu perfil do TikTok, Fayda foi a responsável por divulgar e impulsionar mais de 700 denúncias, até 31 de maio de 2023, no Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro (MPRJ). As denúncias vieram após um vídeo do canal das influencers Kérollen Cunha e Nancy Gonçalves viralizar no

TikTok, no qual duas crianças negras recebem uma banana e um macaco de pelúcia como presente surpresa, no Rio de Janeiro⁷.

Certamente, há grande concentração de poder em poucas plataformas, mas é importante notar que este poder é exercido de modo contingente, o que significa uma certa permeabilidade às demandas dos públicos, das pressões regulatórias e das especificidades de diferentes localidades. Nesse complexo jogo, deve-se buscar ainda uma compreensão situada da diversidade de usos que ativistas, especialistas, instituições, bots e outros atores fazem dos recursos técnicos, das regras ou dos mecanismos de remuneração vinculados a cada plataforma. As mídias sociais e demais plataformas são ainda espaços para debates e ações que questionam as políticas de governança – por exemplo, através do movimento #FreeTheNipple – e, no limite, sugerem boicotes (#DeleteFacebook e #UberShutDown) às próprias plataformas. Contraditório? Talvez. Mas, sem dúvida, muito importante para entendermos – e intervirmos – na sociedade da plataforma (Andréa, 2020, p. 25).

Ao denunciar o fato, a advogada destacou que o vídeo se tratava de ‘racismo recreativo’, termo que se caracteriza quando alguém ‘usa de discriminação contra pessoas negras com o intuito de diversão’. Nos registros, Kérollen conversa com um menino negro e questiona se ele gostaria de ganhar um presente surpresa ou R\$10. Optando pelo presente, o menino vê que se trata de uma banana e afirma que não gosta, enquanto sai andando. Já na outra gravação, a mulher oferece a mesma proposta a uma menina na rua que deve escolher entre a caixa ou R\$5. Ao escolher o presente, a menina se depara com um macaco de pelúcia que a faz agradecer o presente dado pelas influenciadoras.

Os vídeos nos quais as crianças aparecem foram retirados dos perfis das redes sociais das influenciadoras e, em nota divulgada pela assessoria jurídica, a dupla afirmou que não tinha intenção de fazer referência a temáticas raciais ou discriminações de minorias. No vídeo de protesto, Belo (2023) afirma que a situação faz piada e animaliza crianças negras, “usar da discriminação contra pessoas negras com intuito de diversão, de descontração, de recreação, agora é crime”. Finalizando o vídeo com um questionamento ao poder público acerca da conduta que será tomada, Fayda convoca

⁷ Matéria completa do G1 disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/05/31/mprj-recebeu-denuncias-sobre-video-em-que-influenciadoras-entregam-banana-e-macaco-de-pelucia-para-criancas-negras.ghtml>.

um mutirão a seus seguidores para que o caso chegue ao MPRJ, além de disponibilizar na sua biografia (bio), o canal de denúncias direto do Ministério Público⁸.

Curtindo, comentando e compartilhando: análise dos comentários do YouTube dos canais UOL e G1 no caso de ‘racismo recreativo’ Kérollen e Nancy

Como etapa metodológica a pesquisa se iniciou no dia 21 de junho de 2023, com uma seleção de vídeos na plataforma YouTube. Antes da escolha dos dois vídeos, foram delimitados critérios que auxiliaram nesta busca e seleção. A primeira, apontava que a hospedagem dos vídeos deveria estar na plataforma YouTube e, com isso, foram selecionados, por meio da ferramenta de busca da plataforma, os vídeos dos canais jornalísticos UOL⁹ e G1¹⁰. Com a primeira escolha feita, os vídeos seguiram para os demais critérios de seleção: b) publicação em 31 de maio, dia ao qual o MPRJ contabilizou quase 700 denúncias contra as influenciadoras; e c) que estes fossem produtos criados para o ambiente virtual – neste ponto não foram contabilizados aqueles que se encaixavam como recortes de jornais, produtos radiofônicos, etc.

O vídeo do canal UOL conta com quase três minutos de duração e utiliza recortes dos vídeos das influenciadoras e de Fayda Belo, para ilustrar o caso. Também são utilizadas informações no vídeo que complementam as imagens. Já o segundo, do G1, o vídeo utiliza o modelo shorts da plataforma – vídeos de até 60 segundos, com um recorte do vídeo das influenciadoras e um apoio escrito sobre a investigação. Como caráter experimental, foi adotado o uso do software Netlytic para auxiliar na Análise Textual e de Rede dos comentários, a partir dos recursos disponibilizados no software.

- **G1**

Dando início a análise a partir do canal do G1, foram verificados que, no mês da coleta, o canal contabilizava 305 mil seguidores. No vídeo selecionado para compor este trabalho, foi utilizado o modelo de shorts do YouTube para o repasse da notícia, que

⁸ Assista o vídeo completo de Fayda Belo no TikTok:

https://www.tiktok.com/@faydabelo/video/7239077104887827718?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7253961241345164806.

⁹ Influenciadoras são acusadas de 'racismo recreativo' após vídeo com crianças; polícia investiga -

<https://youtu.be/auPsgRs-Ciw>.

¹⁰ Influenciadoras que deram banana e macaco de pelúcia para crianças negras serão investigadas #shorts -

<https://youtu.be/defyH9fE0MI>.

tem como característica principal ter até 60 segundos de duração. Conforme visto acima, o vídeo do G1, de 36 segundos, foi publicado em 31 de maio de 2023 - atendendo aos critérios de seleção - e registrava mais de 6,3 mil curtidas, 906 comentários e 192 mil visualizações, até a última coleta contabilizada.

Na análise textual disponibilizada pelo Netlytic, vemos que as 30 palavras mais utilizadas nos comentários foram: banana, crianças, elas, isso, macaco, pra e racismo. Se formos também considerar os chamados emojis, os mais utilizados foram os que demonstram tristeza, raiva, nojo e risadas (Figura 1). Quando elencamos a análise textual do vídeo na aba de dicionário, três palavras contam com grande destaque e são classificadas pela plataforma como swear words (palavrões, em português). São elas: negro (de maior porcentagem), demon e gringo (porcentagens iguais).



Figura 1 -Análise Textual de palavras G1. Fonte: Netlytic.

Para entender o contexto no qual as palavras demon e gringo estão sendo utilizadas nos comentários, buscou-se avaliar cada uma delas ainda dentro da plataforma. Na primeira, há um erro que - quando se expande a aba para obtenção de mais informações - verifica-se que não existem mensagens contendo a palavra. Já na segunda, apenas um comentário se destaca. Quando abrimos a palavra negro, caracterizada aqui como uma palavra de baixo calão, segundo o Netlytic, vemos que constam diferentes tipos de comentários (Figura 2). Enquanto alguns usuários afirmam que não veem racismo nos vídeos, outros já apresentam uma visão diferente.

Date	User	Posts (n = 15, including partial matches)
2023-05-31	Tutoriais das Sisters	Assisti e não achei racismo.. assistam todos os vídeos.. tem um vídeo que ela beija o menino negro com naturalidade .. não julguem
2023-05-31	agda dias	Racismo....😡😡😡😡😡 Deu um beijo no menino " NEGRO COM NATURALIDADE " 😡😡😡 Brincadeira constrangedora, incitante, induzindo a ??????? Falta CRIATIVIDADE, IMAGINAÇÃO, TANTAS OPÇÕES DE BRINQUEDOS E ALIMENTOS..... A brincadeira legal é a que insinua, induz.....!!!!!!!????????? FALTOU RESPEITO COM
2023-05-31	ling	Criança negra compra uma banana e come: Policias: vamo prender o vendedor da feira que vendeu a banana pra ele por ser negro , isso é RACISMO!
2023-06-01	anonimo	@Thomas Pearcedoente é vc querendo tenta justifica algo que é obvio e já esta claro é racismo sim e sem essa "ain é uma fruta" mais se vc não sabe a maioria de jogadores negro mesmo no futebol no caso do daniel alves aquelas vez quando jogava no barcelona e atiraran uma banana nele, entre outros casos tamben
2023-06-01	Fianeri	Sou negro , e não vi nada demais ai! Oxi.
2023-06-03	Laura Maria	@Pérola negra confia,tenho uma familia negra inclusive meu pai é negro e nunca teria a falta de noção fazer algum tipo de coisa dessa com ele e com alguém da minha familia então para e julgar e cuida da sua vida em vez de ficar falando isso sem conhecer a pessoa
2023-06-03	Wesley Borland	Oxi q q tem dar um macaco de presente? Independente se for branco ou negro oxi

Figura 2 - Análise de palavras - destaque para a palavra negro. Fonte: Netlytic.

Outro destaque dentro da análise textual de dicionários são os feelings (bad) – sentimentos (ruim), em tradução nossa, que contabilizam a palavra cruel. Aqui é possível notar que os comentários selecionados pelo software mostram que o vídeo é visto de forma negativa pelos usuários.

Passando para a análise de redes do vídeo do G1, verificou-se inicialmente como a rede de nomes se construiu e os laços entre os usuários. Conforme a Figura 3, gerada pelo Netlytic, a conexão entre os usuários é espaçada, o que talvez demonstre como os comentários foram feitos de forma única no vídeo. Já na rede de cadeia, o centro se mistura ao criar uma rede de comunicação com base no comportamento de postagem dos participantes. Embora tenham leves diferenças, é possível notar que os comentários ainda são feitos com pouca interatividade entre si.

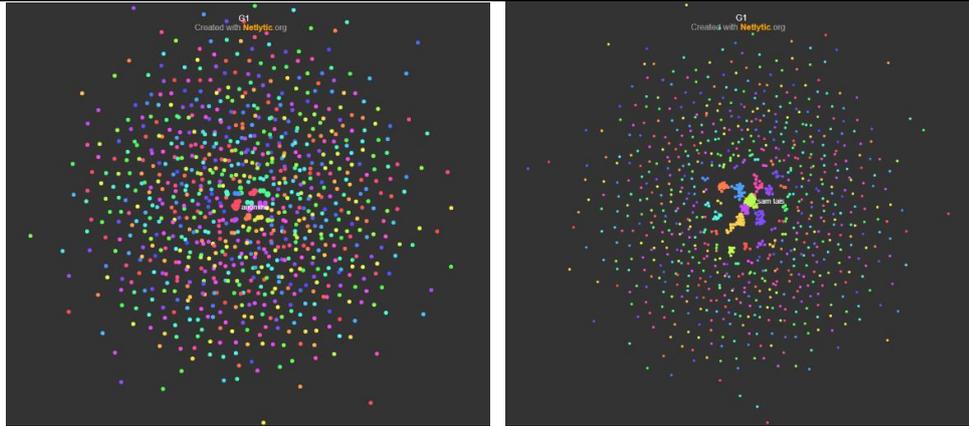


Figura 3 - Análise de redes vídeo G1. Fonte: Netlytic.

- **UOL**

Seguindo a mesma linha do vídeo anterior, o canal UOL no YouTube contabiliza 3,46 mi de inscritos. Com um vídeo de 2min 33s, publicado em 31 de maio de 2023, o canal calculou em torno de 955 curtidas, 540 comentários e 20 mil visualizações, até a última data de coleta de dados. É interessante notar que, embora tenha mais inscritos que o G1, o vídeo foi entregue para menos pessoas e gerou engajamento menor que o anterior. Talvez isso se explique dado o formato do vídeo, ou até mesmo sua montagem que, diferente do G1, utiliza mais argumentos em forma de texto para explicar como se deu a ação das influenciadoras.

Na análise textual via Netlytic, as palavras-chave são semelhantes às que foram elencadas nos comentários do G1. Os destaques da publicação do UOL ficam a cargo das palavras: criança(s), elas, isso, pra e racismo; e os emojis de risada, choro e nojo (Figura 4). Já nas palavras do dicionário, a análise elencou a palavra “negro” como de baixo calão, e a palavra “cruel”, como sentimento (ruim) (Figura 5).



Figura 4 - Palavras-chave vídeo UOL. Fonte: Netlytic.

Date	User	Posts (n = 8, including partial matches)
2023-05-31	HAIR AND CIA - CFCNLR (PROJECT)	Que elas tem parentes negros e inegável porque brancas elas não são, as duas parecem brasileiras miscigenadas bem no padrão brasileiro mesmo mistura de ibérico, com negro e indígena, e a outra tem cara de cavalo e pela idade deveria ter mais noção das coisas.
2023-05-31	Relógio Urbano	@MISSÃO VERY HARD 🇧🇷 mas uma vez eu vou tentar ser didático... Racismo, é atrelado a uma questão histórica, de opressão a um povo, e genocídio do mesmo... Mesmo que tenha essas falas que vc mencionou, sobre o ódio do negro contra o branco
2023-05-31	Relógio Urbano	@MISSÃO VERY HARD 🇧🇷 ai fica difícil a conversa pq vc fala que nem todos os brancos são preconceituosos, mas fala que os negros são racista, colocando alguns movimentos radicais de pessoas negras como se fosse um todo, então seu argumento cai
2023-05-31	MISSÃO VERY HARD 🇧🇷	@Relógio Urbano tô dizendo que "tem negro racista" não tô dizendo que são todos os negros do mundo, assim como tem branco racista também tem negro , final das contas não pode ser racista com ninguém independente da cor e etnia.
2023-05-31	Relógio Urbano	@MISSÃO VERY HARD 🇧🇷 ah tah ai eu posso concordar em partes como disse o racismo passa a ser estrutural tem monte de artigo que fala sobre isso mas sim tem negro racista porem contra os negros não contra branco .. so pesquisar que vc vai
2023-05-31	Rodrigues	Não existe contexto em que seria normal dar um macaco e uma banana pra um negro ... sem dúvidas é racismo.
2023-06-01	Rodrigo Figueiredo	@Pérola negra Desculpe-me por ser branco, neto de portugueses. Eu não pedi para nascer branco. Se eu pudesse ter nascido negro ,ory nasceria, mas infelizmente não tive essa escolha. Simplesmente dei o azar de nascer branco. Agora vai ter que ser assim? Vou ter que pedir desculpas por ser branco? Branco homem e hetero então? Ferrou para
2023-06-02	Joander Nascimento	@Paulo PS petista e racista desde quando??foi Bolsonaro q fala de negro em arrobos como se fosse gado...para de tranferir a culpa pois racista e o tal do direitista!!

Figura 5 - Dicionário Netlytic, video UOL. Fonte: Netlytic.

Na rede de nomes e análise de redes, o software do Netlytic, assim como no vídeo do G1, verificou que há pouca conexão entre os comentários da rede. Os remetentes não se conectam aqui. Já quando falamos da rede em cadeia, percebemos que a interação fica mais próxima, como pode ser notado também na Figura 5, quando alguns dos usuários geram respostas a comentários e discussão nestas abas. A mudança também pode ser percebida na Figura 6 que, assim como a análise do G1, também nos mostra que há um pouco de interação em alguns dos comentários, embora eles sejam, em sua maioria, feitos de forma única.

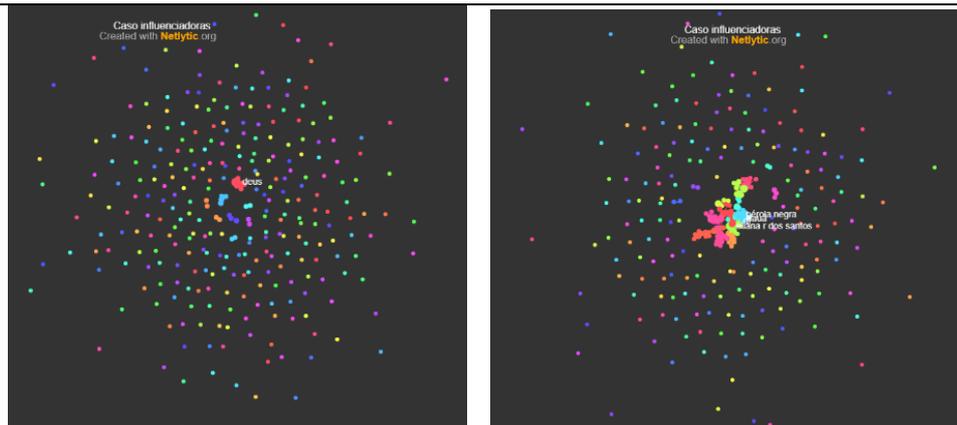


Figura 6 - Análise de redes geradas via Netlytic do vídeo do canal UOL. Fonte: Netlytic.

Considerações finais

De caráter experimental, esta pesquisa buscou fazer uma relação entre temas que vêm embasando as discussões sociais nas redes e como a aba de comentários destas plataformas podem servir de espaço para discussão e termômetro sobre como as pessoas vêm consumindo conteúdos nas redes sociais. Para isso, o desafio da pesquisa foi utilizar o software Netlytic para auxiliar no método de Análise de Redes Sociais (ARS) de dois vídeos do YouTube.

Recuero (2009a) destaca que, em comentários, é bastante comum que usuários estejam conversando entre si, mesmo que não tenham nenhum vínculo inicial e, com isso, formam “redes sociais do tipo emergentes, que se caracterizam por meio de laços sociais construídos na conversação”. Atuando como termômetro de conteúdos, são estas ferramentas que auxiliam no monitoramento de conteúdos e verificação de possíveis problemas.

Com foco na comunicação entre usuários, os comentários dos dois vídeos tiveram um papel importante ao mostrar como as manifestações espontâneas também podem guiar os debates sociais. Quando o software faz a análise textual dos vídeos, é possível perceber que as palavras-chave estão em sintonia umas com as outras e os termos em destaque também estão em sinergia nos dois vídeos. Embora tenham um forte apelo, os comentários dos vídeos - segundo a análise de redes - nos mostram que os indivíduos deixam seus comentários ali, mas em alguns momentos, principalmente quando as opiniões divergem, uma série de outros comentários surgem se respondendo

e questionando de forma recíproca. Ampliando as possibilidades de conexão e a capacidade de difusão de informações, são as redes sociais que proporcionam esse potencial de colaboração e construção de valores sociais (Francisco, 2010, p. 199).

REFERÊNCIAS

Andréa, Carlos d'. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos** / Carlos d'Andréa. - Salvador: EDUFBA, 2020. 000 p; – (Coleção Cibercultura) ISBN. Modo de acesso: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043>

BHANDARI, A., & BIMO, S. (2022). **Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media.** *Social Media + Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>.

BOECKEL, Cristina; NASCIMENTO Rafael. **MPRJ recebeu quase 700 denúncias sobre vídeo em que influenciadoras entregam banana e macaco de pelúcia para crianças negras.** G1 Rio, 31 mai. 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2023/05/31/mprij-recebeu-denuncias-sobre-video-em-que-influenciadoras-entregam-banana-e-macaco-de-pelucia-para-criancas-negras.ghtml>>. Acesso em: 8 jul. 2023.

BRUNS, A. (2003). **Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news.** *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources*, 107, pp. 31-44.

CANAVILHAS, João. **Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático.** In: Trabalho apresentado no II Congresso Internacional de Comunicación. 2010.

DE SOUZA VENTURA, Mauro; DE LUCENA ITO, Liliane. **A valoração emergente dos usuários acerca de formatos jornalísticos inovadores: um estudo empírico sobre as reportagens multimídia TAB,** do portal Uol. *LÍBERO*, n. 38, p. 49-58, 2017.

FRANCISCO, Kárita Cristina. **O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais?.** *Prisma. com*, n. 12, p. 193-218, 2010.

GERMANO, Camila. **Entenda o que é racismo recreativo, crime que influencers são acusadas.** *Correio Braziliense*, 2 jun. 2023. Disponível em: <<https://www.correio braziliense.com.br/brasil/2023/06/5099076-entenda-o-que-e-racismo-recreativo-crime-que-influencers-sao-acusadas.html>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

GILLMOR, D. (2004) – **We the Media - Grassroots Journalism by the People, for the People [online]**. Disponível em: <http://www.authorama.com/we-the-media-1.html> Consultado a 20 de Outubro de 2010.

GRUZD, A. (2023). **Netlytic: Software for Automated Text and Social Network Analysis**. Available at <http://Netlytic.org>

INFLUENCER: o que é, como escolher um e tendências de uso para sua estratégia de Marketing Digital. HypeAuditor, 28 mar. 2023. Resultados Digitais, 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/influencer/>. Acesso em: 9 jul. 2023.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

KOVACH, B & ROSENSTIEL, T. (2001). **The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect**. New York: Three Rivers Express.

LOPEZ, Xosé (2007). **Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo**. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol 13, 2007.

PAULINO, R. C. R.; EMPINOTTI, MARINA LISBOA; VENTURA, M. P. **A pergunta que o Brasil fez, mas não obteve resposta sob a ótica das Mídias Sociais**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 2020

PAULINO, R. C. R.; EMPINOTTI, M. L.; VENTURA, M. P. **Antagonismo e engajamento revelados nas Mídias Sociais: análise das hashtags #Somos70porcento e #FechadoComBolsonaroAte2016**. In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor 2020).

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009a.

PEREIRA, F.; ADGHIRNI, Z. **O jornalismo em tempos de mudanças estruturais**. Revista Intexto, v. 1, n. 24, p. 38-57, 2011.

ROSENBERRY, J. (2005) – **Few Papers Use Online Techniques to Improve Public Communication**. Newspaper Research Journal. Vol. 26, nº 4, p. 61-73.