



---

## O TROLL NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA

FREIRE, Alex<sup>1</sup>

MARTINS, Miliane<sup>2</sup>

**Resumo:** O presente artigo tem como objetivo analisar a participação de trolls no processo de construção da notícia, de que maneira comentários polêmicos e maldosos podem gerar discussões no ambiente jornalístico. O artigo busca esclarecer como se dá essa inversão de papéis, por meio de pesquisa qualitativa, quando o acontecimento acaba sendo discutido pelo público antes de ser tratado por um jornalista. Para isso, toma como exemplo o caso Valentina, que ocorreu em outubro de 2015, a discussão por meio do twitter gerou uma série de questionamentos e por fim a divulgação em diversos portais jornalísticos.

**Palavras-chave:** trolls. jornalismo. comunicação.

## THE TROLL IN THE NEWS CONSTRUCTION PROCESS

**Abstract:** This article aims to analyze the participation of trolls in the news construction process, how controversial and unkind comments can generate discussions on journalistic environment. The article searches to clarify how is this role reversal, through qualitative research, when the fact ends up being discussed by the public before being treated by a journalist. Thereunto, take the example of Valentina's case, which occurred in October 2015, the discussion via twitter starts a series of questions and finally the disclosure in various journalistic portals.

**Keywords:** trolls. journalism. communication.

---

<sup>1</sup> Estudante de graduação em jornalismo pela SECAL - Sociedade Educativa e Cultural Amélia Ltda/Paraná; graduado em Licenciatura e Bacharelado em História, pela UNIOESTE – Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Especialização em Ensino Religioso pela PUC – Pontifícia Universidade Católica de Toledo. End. Eletrônico: [alexfreiref@hotmail.com](mailto:alexfreiref@hotmail.com)

<sup>2</sup> Estudante de graduação em jornalismo e membro do grupo de estudos em jornalismo pela SECAL - Sociedade Educativa e Cultural Amélia Ltda/Paraná. End. Eletrônico: [miliane-martins@live.com](mailto:miliane-martins@live.com)



---

## Introdução

### O jornalismo na internet

A atividade jornalística está atrelada às tecnologias desde o seu surgimento, foi a invenção de uma nova forma de impressão no século XIX que proporcionou um maior alcance e rapidez na transmissão de informação para Souza(2008, p. 105) “Nesses cem anos, várias inovações na estrutura midiática e na forma de trabalhar e de informar transformaram o jornalismo”

Com o surgimento da internet há uma forma nova de como o jornalismo pode ser feito, tanto pelos próprios jornalistas como pelo público, que procura maneiras diferentes de informação. O webjornalismo acaba se tornando uma dessas novas transformações pelas quais a atividade já passou.

Na internet, o jornalismo ganha características chave como a hipertextualidade, a interatividade, a convergência de mídias, a personalização do conteúdo, a memória e a atualização contínua de informações (Palácios, 2002), cabendo ao jornalista escolhas que garantam que a atividade alcançará seu objetivo, informar.

“[...] O jornalista on-line tem que fazer escolhas relativas ao(s) formato(s) adequado(s) para contar uma determinada história (multimídia), tem que pesar as melhores opções para o público responder, interagir ou até configurar certas histórias (interatividade) e pensar em ligar o artigo a outros artigos, arquivos, recursos, etc., através de hiperligações (hipertexto). (Deuze, 2006, p.18)

A partir dessa perspectiva a “forma” da notícia, como o texto é organizado, quais os recursos que o leitor consegue encontrar na página, nunca foram tão importantes. Para que o leitor consiga encontrar-se e entender a mensagem que está sendo emitida e em contrapartida fazer parte de uma discussão que possa ocorrer posteriormente há tanto a participação do jornalista quanto do usuário.

“Se, para o jornalista, a introdução de diferentes elementos multimídia altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de ler que muda radicalmente. Perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de uma leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhe foram impostas pelos meios existentes.” (Canavilhas,2001, p.2)

---

Portanto o papel do jornalista como mediador (gatekeeper) do que é notícia ao público não existe mais, esse tipo de necessidade não é correspondente ao ciberespaço. “A mudança no equilíbrio de poder entre o jornalismo e o seu público, e o crescimento de um leitor mais educado e autoconsciente (ambos como produtores e consumidores de conteúdo), como frequentemente sugerido por otimistas tecnológicos, somente diminuem a necessidade de mediação por profissionais de mídia<sup>4</sup>” (Deuze, 2001).

### **A interatividade**

O fator interatividade sempre esteve presente no jornalismo, a simples leitura de uma notícia em um jornal impresso já é uma forma de interação entre quem escreveu a notícia e quem está lendo, o mesmo se dá com meios como o rádio ou a televisão. A linha entre emissor e receptor era reta, o leitor da mensagem podia até mandar uma réplica ao que leu, por meio de carta ou telefonema, porém a chance de obter uma resposta era mínima, sem contar a demora em que obteria um retorno.

Através da internet, a interatividade toma proporções totalmente diferentes, o receptor da mensagem pode comentar e receber uma resposta instantaneamente.

“A chave para se entender é ver a interatividade como uma característica puramente relacionada ao público. Não há muita relação com a rapidez das notícias ou a atividade jornalística [...] mas com o fato de que notícias online tem o potencial de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte da experiência das notícias<sup>5</sup>.” (Bardoel;Deuze, 2001, p.5).

Nesse caso, há uma mudança drástica na relação que o jornalista tinha com seu público, a internet transforma o receptor da mensagem jornalística, ou como destaca Doria (2009) enquanto o consumidor da velha mídia espera que a informação lhe seja transmitida por alguém, de forma totalmente passiva o consumidor da nova mídia é ativo.

“A diferença é que o novo consumidor quer intervir. Ele vai à informação, não espera que lhe entreguem nada.

Ele mexe com a informação, costura dado separados e os junta, comenta, republica, distribui. A palavra de ordem, novamente é mashup: mistura.” (Doria, p. 197, 2009)

<sup>4</sup> Tradução dos autores.



FACULDADE  
**FESP**  
EDUCAÇÃO SUPERIOR DESDE 1937



**SECAL**

NOSSA MISSÃO É TRANSFORMAR PESSOAS



**URI** | FREDERICO  
WESTPHALEN

---

<sup>5</sup> Tradução dos autores

---

## Trolls

Quando junta-se a interatividade ao fator de visibilidade que a internet oferece pode-se reconhecer a presença de trolls.

O termo troll foi criado na USENET, à partir da expressão “trolling for suckers<sup>6</sup>”, caracteriza-se como comentários maldosos e agressivos sobre determinado assunto.

“Trolls tentam transformar uma discussão através de conteúdos inflamatórios e agressivos, esperando provocar uma resposta emocional. O troll “ganha” quando a discussão decai para efusivos brados virtuais. [...] O resultado é um círculo vicioso e muitas vezes mortal de reações e contrarreações<sup>7</sup>.” (MacKinnon; Zuckerman, 2012)

Nesse contexto os trolls são usuários que pretendem causar polêmica em relação a assuntos, pessoas ou fatos ocorridos, nas redes sociais os seus comentários acabam tomando uma grande proporção, uma notícia pode repercutir de maneira muito maior à partir de uma trollagem.

“ [...] antes, muitos apenas comentavam em pequenas rodas (de conversas); hoje, no Twitter, a roda cresce na proporção de quem acompanha as opiniões sobre os fatos noticiados, seja replicando uma informação (seguida de seu link) ou reforçando uma opinião, ou mesmo divulgando um fato como forma de disseminar a informação, principalmente aquele de última hora, ou

---

<sup>6</sup> Isca para os trouxas.

<sup>7</sup> Tradução dos autores.

---

melhor, de último minuto, própria da internet.”  
(PRADO, 2011, p. 199)

## **Repercussão do assuntos através da ação de trolls**

A fim de ilustrar a força que a interatividade tem no ciberespaço e no webjornalismo, bem como reafirmar a visibilidade que trolls, pelo seu caráter agressivo e maldoso, adquirem nas redes sociais e posteriormente no ambiente jornalístico, toma-se como exemplo a repercussão que se teve no twitter e no facebook do caso Valentina do Masterchef Júnior, programa que estreou na Band em 20/10/2015.

Durante a exibição do programa houve uma grande quantidade de comentários sobre a participante, uma menina de 12 anos. O caso foi ganhado destaque em diversos portais jornalísticos.

Pedófilos assediam participante do MasterChef pelo Twitter – Exame.com.  
Vítima na infância estimula milhares de denúncias de #PrimeiroAssédio após polêmica do MasterChef – BBC Brasil.

O dia em que relatos do primeiro assédio tomaram conta do Twitter – El País Brasil. O MasterChef Júnior e a sexualização infantil — CartaCapital.  
O que precisamos saber para não silenciar o estupro – Superinteressante.  
Band repudia comentários pedófilos sobre candidata do ‘MasterChef Júnior’ – veja.com. O caso Valentina me lembrou por que saí do Twitter – Brasil Post.  
Pedofilia e homofobia marca a estreia do MasterChef Júnior – Blastingnews. Valentina do Masterchef Júnior e a pedofilia real – SurgiuNotícias.

Participante do MasterChef Júnior é vítima de comentários pedófilos no Twitter \_ Catraca Livre.

Quando uma menina de 12 anos no MasterChef Jr desperta o desejo de homens adultos precisamos falar sobre a cultura do estupro – Brasil Post.  
Caso Valentina do ‘Masterchef’ gera desabafo: “Meu irmão me estuprou” – Tribuna da Bahia.

Tuiteiros reagem a edição de Masterchef Júnior\_ “sumiram” com participante –



NOSSA MISSÃO É TRANSFORMAR PESSOAS

---

Virgula.com.



---

Após comentários pedófilos, participante some do 'MasterChef Jr.' e 'Pânico' faz piada polêmica – portal R7.

Advogados e psicólogos alertam para a exposição das crianças em programas de TV – Gazeta do Povo.

Saiba como denunciar o assédio a crianças na Internet – portal Fórum.

### **Considerações Finais**

A comunicação contemporânea é repleta de possibilidades sendo compostas por códigos de linguagem amplos com novos dialetos, gírias, memes e por diversas vezes trollagens, que precisam ser respeitados de forma que a cada momento surgem novos termos linguísticos, que por sua vez vão tomando espaço em nosso vocábulo. O artigo elaborado procurou vestígios de uma comunicação que é riquíssima composta de um sistema linguístico diferenciado, cheio de novas possibilidades e muito diversificado, onde o jornalismo pode ser o grande beneficiado por se tornar melhor compreendido.

Neste contexto cabe a cada um, cada jornalista, cada sistema jornalístico ser capaz de promover uma conscientização de que a língua passa por transformações, podendo ter mais de um significado e significante de acordo com o vocábulo podendo ser pronunciada de diversas maneiras.

Pode-se identificar neste artigo também que a trollagem cada dia mais vai tomando o seu espaço junto a sociedade, não sendo mais discriminada como antes agora passa a fazer parte de vocábulos vistos frequentemente. Analisa-se perante o artigo elaborado que o nosso vocábulo é riquíssimo composto de um sistema linguístico diferenciado, cheio de novas possibilidades e muito diversificado.

### **Referências**

MACKINNON, Rebecca; Zuckerman, Ethan – **Don't feed the trolls**, 2012 – Disponível em <https://www.indexoncensorship.org/2012/12/dont-feed-the-trolls-muslims/>, acesso em 01/11/2015.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: Ltc, 2011





FACULDADE  
**FESP**  
EDUCAÇÃO SUPERIOR DESDE 1937



**SECAL**

NOSSA MISSÃO É TRANSFORMAR PESSOAS



**URI** | FREDERICO  
WESTPHALEN

---

ZAGO, S. Gabriela - **Trolls e Jornalismo no Twitter** – 2012 - Disponível em <file:///C:/Users/Sony/Downloads/23832-82645-1-PB.pdf> , acesso em 01/11/2015.

CANAVILHAS, João Messias. (2001) **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web.** Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>, acessado em 01/11/2015.

BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. (1999) **Network Journalism: CONVERGING COMPETENCES OF OLD AND NEW MEDIA PROFESSIONALS.** – Disponível em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.8231&rep=rep1&type=pdf>, acesso em 02/11/2015.

O futuro é logo ali, in DORIA, Pedro - **Jornalismo online: modos de fazer.** Rio de Janeiro/ Sulina: EdPUC-Rio/Sulina 2009