

A DINÂMICA DA NOTÍCIA NAS REDES SOCIAIS NA INTERNET: A CIRCULAÇÃO A PARTIR DO CONTEÚDO DAS POSTAGENS NO TWITTER E NO FACEBOOK

THE NEWS DYNAMICS ON SOCIAL NETWORKING SITES: THE CIRCULATION FROM THE CONTENT OF TWITTER AND FACEBOOK POSTS

Maíra de Cássia Evangelista de Sousa¹

RESUMO

Nas redes sociais na internet a notícia é construída aos poucos, a partir de cada nova informação jornalística publicada, de cada replicação e comentário. Nesse sentido, usamos a expressão dinâmica da notícia por entendermos que esta deixa de ser um produto entregue finalizado para o consumo e passa a ser mutável e contar com as ações participativas do público consumidor. Assim, consideramos que a dinâmica da notícia nas redes sociais na internet diz respeito à etapa de circulação - a partir da forma de apresentação e do conteúdo das postagens e à subetapa recirculação - a partir das ações participativas dos usuários. O objetivo deste artigo é apresentar uma proposta de categorização da circulação partindo do conteúdo das postagens (alerta, atualização, contextualização, impacto, convergência, colaboração e composto) e analisando como a notícia é construída no Twitter e no Facebook. De caráter descritivo-analítico, o estudo combinou técnicas qualitativas e quantitativas. A análise foi realizada com base nas postagens publicadas em janeiro de 2013 nas contas do Twitter e do Facebook do portal jornalístico Estadão sobre o incêndio na Boate Kiss, na cidade de Santa Maria (RS). Os resultados demonstram que a notícia não só ganha outra dinâmica nas redes sociais na internet, como ocorre de maneira diferenciada em cada um dos espaços estudados.

ABSTRACT

The news, in the social networks in the internet, is built gradually from each new journalistic information published, in each replication and in each commentary. This way, we use the dynamic of news expression, believing that it ceases to be a finished product

1 Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. jornalista. maira@gmail.com. PORTO ALEGRE, BRASIL.

delivered to the consumer and passes to be mutable and to rely on participatory actions of the consumer public. We consider that the news dynamics on social networking sites is related to the circulation stage - from the form of presentation and content of posts, as well as to the recirculation - from the participatory actions of user. This article aims to propose a categorization to the circulation from the content of the posts (alert, update, context, impact, convergence, collaboration and compound) and to analyze how the news is constructed on Twitter and Facebook. As a descriptive-analytic study, the research combines qualitative and quantitative techniques. The analysis was conducted from posts involving the fire on the Kiss Nightclub, in Santa Maria (RS), published in January, 2013, on Twitter and Facebook accounts of the journalistic portal Estadão. The results obtained show that news does not only gain another dynamic in social networks, but also shows itself differently in each of the studied spaces.

PALAVRAS-CHAVE:

Jornalismo. Circulação. Redes sociais na internet.

KEYWORDS:

Journalism. Circulation. Social networking sites.

INTRODUÇÃO

Vivemos em um momento no qual a informação trafega pelos mais variados meios e das mais diversas formas: “de cima para baixo de baixo para cima, da base para o comercial” (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 01, tradução nossa). As redes sociais na internet (RSIs) fazem parte desse cenário, pois, facilitam a publicação, a discussão e o compartilhamento de conteúdo em um modelo de comunicação cada vez mais configurado pela participação.

Com a expansão da internet e o aumento do uso dos sites de redes sociais, a partir dos anos 2000, as organizações noticiosas começam a também utilizar esses espaços. Quando a notícia vai para as RSIs, ganha outra dinâmica. É construída e adaptada constantemente de acordo com as particularidades e as especificidades dos espaços por onde circula. Ao mesmo tempo, cada parte desta notícia é discutida e distribuída pelas ações participativas dos usuários. Nesse sentido, entendemos a dinâmica da notícia nas redes sociais na internet como o movimento do texto noticioso provocado pela interação dos atores da rede que a reconfiguram constantemente. Logo, envolve as organizações

jornalísticas que as publicam, os usuários que comentam, replicam e algumas vezes a ressignificam e ainda, os sites de redes sociais e suas ferramentas¹, que permitem as ações das organizações jornalísticas e dos usuários (LONGHI; SOUSA, 2012).

Consideramos que a dinâmica da notícia diz respeito à etapa de circulação - a partir da forma de apresentação e do conteúdo das postagens - e à subetapa recirculação - a partir das ações participativas dos usuários. Definimos categorias de análise das três naturezas². O objetivo deste artigo é apresentar uma proposta de categorização da circulação a partir do conteúdo das postagens e analisar como a notícia é construída no Twitter e no Facebook.

Partimos do entendimento de que nas redes sociais na internet a notícia não é um produto estático e acabado, mas sim dinâmico e construído constantemente. Por conta dessa natureza mutável e efêmera do objeto de estudo, optamos pela combinação de técnicas qualitativas e quantitativas. A análise se dará a partir das postagens a respeito do incêndio na Boate Kiss, em Santa Maria (RS), ocorrido no dia 27 em janeiro de 2013. Na ocasião, 242 jovens morreram. O acontecimento foi considerado a quinta maior tragédia do Brasil, sendo a segunda maior em quantidade de mortos em incêndio, e é tido como a maior tragédia do Rio Grande do Sul.

O artigo foi dividido em três partes. Na primeira, revisão bibliográfica, é feita a discussão sobre a circulação da notícia nas redes sociais na internet. Na segunda, é apresentada e exemplificada a proposta de categorização da circulação da notícia nas RSIs a partir do conteúdo das postagens. E por último, no terceiro tópico, analisamos como se dá a circulação do conteúdo nos perfis jornalísticos do Twitter e do Facebook.

A CIRCULAÇÃO DA NOTÍCIA NAS REDES SOCIAIS NA INTERNET

A circulação envolve os canais - os meios - onde a notícia circula após ser publicada, podendo ser, por exemplo, jornal impresso, rádio, televisão, computador, *smartphone*, *tablet* ou mesmo um site de rede social. Para Park (2008, p. 33), essa etapa é fundamental, sendo o que constitui de fato um jornal: “Um jornal não é simplesmente impresso. É publicado e lido. Se não for assim, não será um jornal. A luta pela existência no caso do jornal tem sido a luta pela circulação”.

A notícia precisa se adaptar a cada nova mídia: “cada meio deverá procurar sua própria identidade, particularidade e especificidade de funções, além de realizar uma

individualidade mais profunda dos próprios conteúdos, dos meios de expressão, etc.” (LIVOLSI, 1979, p. 50-51 *apud* RODRIGO ALSINA, 2009, p. 54).

Neste contexto, Machado (2008) propõe uma definição para o sistema de circulação no ciberjornalismo. O autor diferencia a distribuição com foco no consumo e a circulação cujo objetivo é a participação. Essa distinção é importante, segundo Machado, para explicar os sistemas de circulação jornalística a partir de cada período histórico. Neste sentido, ele considera que a distribuição “opera de forma centralizada, mantém uma hierarquia rígida entre os participantes e tem como objetivo principal a entrega das informações ao consumidor final” (MACHADO, 2008, p. 09), enquanto a circulação “funciona sem necessidade de uma hierarquia rígida, adota a descentralização como modelo padrão e tem como objetivo principal a disseminação das informações produzidas nestes diferentes centros” (MACHADO, 2008, p. 09).

Segundo o autor, esses sistemas de circulação podem ser estáticos ou dinâmicos. No primeiro caso, a informação vai até o consumidor, e no segundo, é o público quem tem que buscá-la (MACHADO, 2008, p. 14). O modelo de circulação estático predominou no ciberespaço entre 1995 e 1998. No entanto, esta etapa se dá cada vez mais a partir de sistemas dinâmicos, múltiplos e inteligentes. Desde 1999, tem-se “o desenvolvimento de sistemas dinâmicos centralizados e descentralizados [...] e a multiplicação de sistemas ancorados em tecnologias dinâmicas e descentralizadas desde 2004” (GILLMOR, 2004 *apud* MACHADO, 2008, p. 15).

Entre as ferramentas para a circulação de informação descentralizada, eles citam agregadores como o RSS, os quais “poderão ser utilizados pelos participantes destes processos descentralizados para buscar, organizar, produzir e circular as informações” (GILLMOR, 2004 *apud* MACHADO, 2008, p. 15). Atualmente, os sites de redes sociais são exemplos de espaços de circulação dinâmicos e descentralizados, onde as informações chegam até os usuários, bastando que eles optem por recebê-las. Nas RSIs é possível não só escolher o que receber, mas também repassar via rede social. Essas ferramentas podem atuar junto ao jornalismo tanto na produção quanto na circulação de conteúdos. Assim, a circulação de informações jornalísticas no ciberespaço é considerada por Machado (2008, p. 20) um “fato social, descentralizado, pelo qual todos os participantes destes sistemas são responsáveis”.

Para Jenkins, Ford e Green (2013), a principal característica da circulação de conteúdos midiáticos na atualidade é que eles se espalham tanto por ações da mídia como dos usuários. Eles afirmam que “se o conteúdo não se espalha, ele está morto” (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 01, tradução nossa).

Os autores também diferenciam a distribuição da circulação. Segundo eles, a distribuição ocorre quando as organizações medem, por exemplo, a quantidade de jornais vendidos. É quando há uma preocupação em fazer com que o público de massa consuma aquele determinado produto já acabado, seguindo a lógica de distribuição, “onde o movimento do conteúdo midiático é largamente - ou totalmente - controlado pelos interesses comerciais de produção e venda” (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 01, tradução nossa). No atual modelo híbrido emergente de circulação, há “uma mistura de forças top-down e bottom-up que determina como o material é compartilhado através e entre as culturas de forma mais participativa (e mais confusa)” (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 01, tradução nossa). Neste segundo caso, circulação, o produto pode sofrer reconfigurações pelos usuários, indicando um modelo mais participativo.

Neste sentido, como colocam Longhi e Flores (2012, p. 130), “há um cruzamento de interagentes: de um lado os veículos editam seus produtos para um público segmentado e que está nas redes sociais; e por outro, o público disperso - ainda que nas redes - atua como selecionador e filtro de informação”.

Machado (2008), assim como Jenkins, Ford e Green (2013), defende a coexistência da distribuição e da circulação. Com isso, entendemos que, no caso de um portal jornalístico, as notícias podem ser espalhadas pela rede, tanto por esses espaços e pelos perfis em sites de redes sociais desses veículos, como pelo compartilhamento dessas notícias por cidadãos comuns. Neste artigo, focamos a discussão somente na publicação de conteúdos em sites de redes sociais a partir dos perfis das organizações jornalísticas.

Aos tweets postados por veículos jornalísticos, Firmino (2009, p. 269) chamou de pílula: “com links, notas curtas e atualizações contínuas, prende a atenção do internauta para as reportagens de maior fôlego e contextualizadas que serão exploradas nas edições online ou impressas”. Ainda segundo o autor, essas mensagens constroem “um nó de informações que pode desencadear na expectativa para a leitura das matérias jornalísticas mais aprofundadas sobre o tema em foco do dia” (FIRMINO, 2009, p. 269). Apesar

de as definições de Firmino (2009) serem referentes ao Twitter, elas também podem, na nossa avaliação, ser utilizadas para o Facebook.

Ainda no contexto da circulação de conteúdo nas redes sociais na internet pelo jornalismo, é importante destacar o modelo de notícia para o século XXI proposto por Bradshaw (2007), o *News Diamond*. Considerado uma alternativa à pirâmide invertida, esse modelo foi pensado no contexto do jornalismo convergente com as redes sociais na internet, no qual uma grande notícia seria construída constantemente, a partir de vários estágios, considerando a velocidade e a profundidade na produção do conteúdo. O autor leva em conta que nesses espaços as informações podem ser publicadas mais rapidamente, por meio de dispositivos móveis, ao mesmo tempo em que a web oferece um espaço ilimitado por conta dos links. Assim, o *News Diamond* propõe uma notícia que não é estática, mas dinâmica e inacabada como ocorre com as informações nas RSIs. Assim, de acordo com este modelo, a notícia passaria por sete estágios: *alert, draft, article/package, context, analysis/reflection, interactivity e customisation* (BRADSHAW, 2007).

Partindo do entendimento de que a notícia está em constante construção nas redes sociais na internet, examinaremos como o texto noticioso é construído nas RSIs. Para isso, optamos por adaptar os estágios propostos por Bradshaw (2007) por ser referente a um modelo de notícia dinâmico.

PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO DA CIRCULAÇÃO DA NOTÍCIA NAS REDES SOCIAIS NA INTERNET A PARTIR DO CONTEÚDO DAS POSTAGENS

De natureza mutável e efêmera, a internet é um objeto de pesquisa de difícil recorte. Com o intuito de uma melhor análise, optamos por um estudo de caráter descritivo-analítico que se deu através da combinação de técnicas qualitativas e quantitativas. Com base em Lopes (2010) e Fragoso, Recuero e Amaral (2011), avaliamos que as duas abordagens podem ser usadas de forma complementar.

Após a coleta de todas as postagens dos perfis do Estadão no Twitter e no Facebook durante o mês de janeiro de 2013, escolhemos analisar as publicações referentes à tragédia em Santa Maria. Durante a seleção do material coletado, consideramos que este acontecimento apresentava os exemplos mais variados para a compreensão da circulação da notícia nas RSIs, visto que as amostragens intencionais são importantes

para as novas áreas do conhecimento e para objetos de estudo de origem recente, segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2011). Assim, o objeto empírico desta pesquisa é formado por postagens referentes à tragédia de Santa Maria, publicadas em janeiro de 2013 nos perfis do portal jornalístico Estadão no Twitter (Twitter.com/estadao) e no Facebook (Facebook.com/estadao). Como *corpus* temos 121 publicações do Twitter e 69 do Facebook, postadas entre os dias 27 e 31 de janeiro de 2013.

Logo, com base nas características observadas no material empírico e considerando o conceito de *News Diamond* (BRADSHAW, 2007), o conteúdo das postagens analisadas foi categorizado. Destacamos também que algumas das categorias foram criadas a partir das particularidades encontradas no *corpus* da pesquisa. Assim, as sete categorias de circulação da notícia nas redes sociais na internet propostas são: alerta, atualização, contextualização, impacto, convergência, colaboração e composto, como definidas no quadro 1:

Quadro 1: Categorias de conteúdo das postagens	
Alerta	É a primeira postagem dando conta de que um determinado fato aconteceu. É quando a organização jornalística anuncia que algo ocorreu e em breve trará mais informações.
Atualização	Postagem com novas informações e dados sobre o acontecimento. Podem ser nomes, lugares, fontes, etc. É usado sempre que surgem novos detalhes. Sua importância está em manter o alerta e espalhar a mensagem pela blogosfera, atraindo leitores que podem atuar como filtros fazendo essa publicação recircular no ciberespaço e/ou como comentadores ajudando na obtenção de novos dados.
Contextualização	Mensagens com informações de cunho contextualizador. Podem ser exemplos de acontecimentos anteriores semelhantes e/ou dados contabilizando ocorrências anteriores. O hipertexto tem papel fundamental neste caso, uma vez que pode redirecionar o usuário para outros espaços com mais dados e elementos relacionados ao fato.
Impacto	Mensagens referentes ao efeito causado pelo acontecimento. Surgem após as primeiras informações divulgadas. Podem tratar da reação das pessoas, do impacto gerado por conta do acontecimento, assim como, das consequências do fato, que seriam não mais a notícia do acontecimento inicial, mas sim dos desdobramentos do assunto.
Convergência	Mensagens referentes à cobertura do caso em outros ambientes da internet e/ou outras mídias do próprio veículo (impresso, rádio, televisão). A finalidade é atrair o público a consumir o conteúdo produzido pela organização noticiosa em outros espaços. Pode ser uma publicação pedindo para acompanhar a cobertura em um portal jornalístico, para ouvir um <i>podcast</i> , assistir a um programa de televisão, mostrar os destaques do jornal impresso, etc. Esta categoria foi criada a partir do <i>corpus</i> desta dissertação. O nome foi escolhido em decorrência de estas postagens estarem aparentemente dentro da definição de convergência jornalística, onde as empresas oferecem produtos nos mais diversos formatos como estratégia para alcançar uma maior quantidade de consumidores.
Colaboração	Mensagens que, direta ou indiretamente, apresentam os usuários como fontes. Pode ser quando a organização jornalística pede e/ou incita a contribuição do público na produção de conteúdo jornalístico como vídeos, imagens ou depoimentos. Também pode se dar quando o conteúdo das postagens dos usuários em seus perfis de sites de redes sociais é usado pelos veículos noticiosos, seja para atualização das informações de um determinado acontecimento ou para a construção de produtos webjornalísticos. Nesta categoria estão incluídas as postagens que demandam a participação dos usuários, as que dão conta das contribuições, como o que foi enviado, ou mesmo, do material produzido a partir da colaboração do público.
Composto	Mensagens que se enquadram em mais de uma das categorias acima, logo, não podem ser classificadas apenas como colaboração ou alerta, por exemplo, pois trazem características das duas.

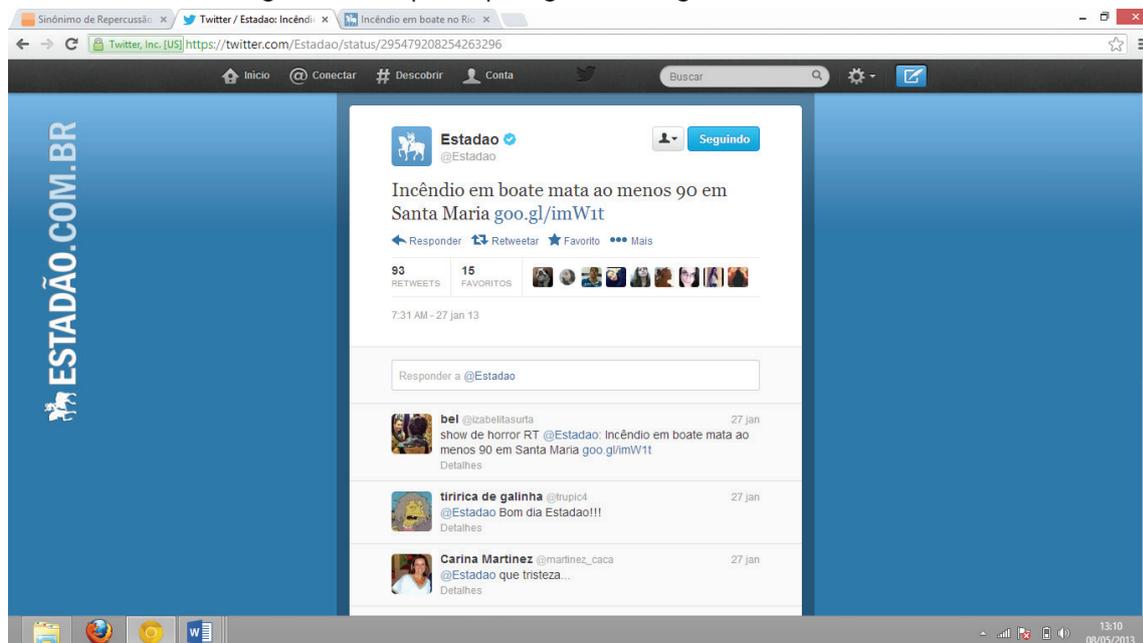
Fonte: Organização da autora

Para um melhor entendimento das categorias de análise propostas, vamos ilustrá-las a partir de exemplos coletados sobre a tragédia em Santa Maria:

-Alerta:

Na figura 1, temos a mensagem inicial publicada sobre o acontecimento pelo @Estadao. O tweet alerta que houve um incêndio, vitimando ao menos 90 pessoas na cidade de Santa Maria (RS), mas sem a precisão do número exato de feridos e o motivo do acidente. Entretanto, já traz um link para as primeiras informações do fato divulgadas no Estadão.com.br:

Figura 1 - Exemplo de postagem da categoria alerta no Twitter

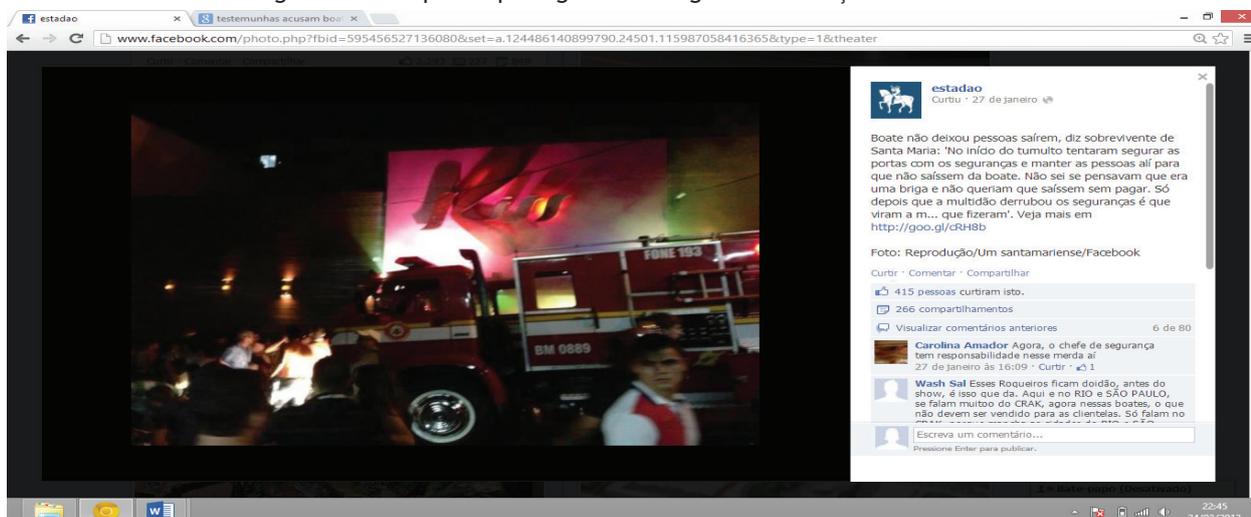


Fonte: Imagem coletada pela autora

-Atualização:

Esta postagem (fig. 2) foi uma das primeiras a trazer o relato de uma testemunha. Foi quando começaram a surgir mais detalhes sobre os fatos que ocorreram na hora do incêndio, atualizando o que havia sido noticiado até então. Segundo a fonte, funcionários da boate não teriam permitido que as pessoas deixassem o local:

Figura 2 - Exemplo de postagem da categoria atualização no Facebook

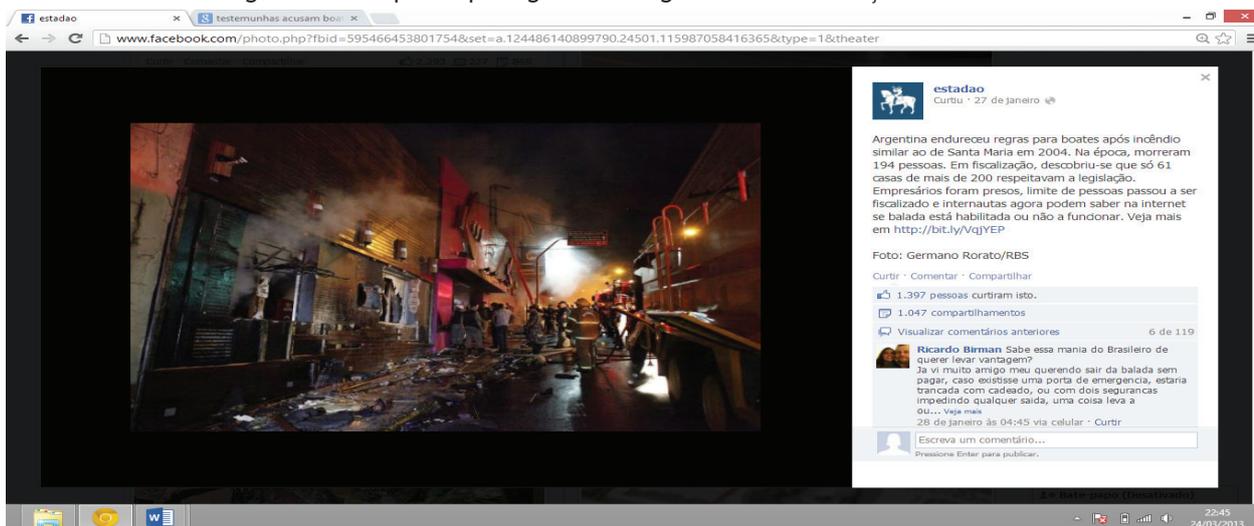


Fonte: Imagem coletada pela autora

-Contextualização:

Na figura 3, a publicação tem uma foto do local do incêndio em Santa Maria. No entanto, relaciona o acontecimento com um caso semelhante: uma boate que pegou fogo na Argentina. O texto traz o número de pessoas que morreram no país vizinho, além das medidas tomadas contra os acusados e para evitar novos acidentes. O link direciona para a notícia no portal Estadão:

Figura 3 - Exemplo de postagem da categoria contextualização no Facebook



Fonte: Imagem coletada pela autora

-Impacto:

Na figura 4, o tweet mostra a repercussão do acontecimento em nível internacional: o presidente do Chile pediu um minuto de silêncio durante um evento com chefes de Estado de vários países:

Figura 4 - Exemplo de postagem da categoria impacto no Twitter



Fonte: Imagem coletada pela autora

-Convergência:

O exemplo abaixo constitui o que consideramos como uma sessão do Facebook.com/esta-

ção. Diariamente pela manhã, é postada a capa do jornal impresso com as principais notícias do dia e links para o portal, o que é tido como uma forma de divulgação do produto. Na figura 5, temos a capa do dia 28 de janeiro sobre o incêndio em Santa Maria. Entre os cinco destaques, três eram relacionados ao incêndio na boate Kiss, com link para a notícia no portal:

Figura 5 - Exemplo de postagem da categoria convergência no Facebook



Fonte: Imagem coletada pela autora

-Colaboração:

Na figura 6, temos um *tweet* que convida os leitores a fazerem um mapa das baladas inseguras no Brasil, com um link para mais informações no portal. Neste caso, a organização jornalística estimula a contribuição do público para a produção de notícias:

Figura 6 - Exemplo de postagem da categoria colaboração no Twitter



Fonte: Imagem coletada pela autora

-Composto:

No exemplo da figura 7, temos uma mensagem inicialmente categorizada como convergência, por informar a respeito de um bate-papo sobre o incêndio com um especialista. Neste

sentido, pode ser considerada uma contextualização também, uma vez que o profissional foi levado para conversar e esclarecer sobre assuntos relevantes ligados à discussão. Logo em seguida, há um pedido de contribuição dos usuários com perguntas, o que nos permite classificá-la também como colaboração. Configurando-se, portanto, como composto (Convergência + Contextualização + Colaboração):

Figura 7 - Exemplo de postagem da categoria composto no Twitter



Fonte: Imagem coletada pela autora

COMO SE DÁ A CIRCULAÇÃO DO CONTEÚDO NOS PERFIS JORNALÍSTICOS DO TWITTER E DO FACEBOOK?

É fundamental a compreensão de que cada site de rede social apresenta particularidades e especificidades as quais podem condicionar a dinâmica da notícia. A circulação de informações no Twitter é mais rápida e instantânea. Assim que um determinado usuário posta uma mensagem, a mesma é exibida no fluxo do histórico das pessoas que o seguem. Os *tweets* aparecem em ordem cronológica, portanto, quando surgirem novas publicações, essas sucederão as anteriores, aparecendo assim, no topo do histórico. O Facebook, por sua vez, é mais lento e conta com os algoritmos que modificam o conteúdo visualizado pelos usuários conforme as ações interativas de cada um. Assim, nem sempre todas as postagens de uma determinada *fanpage* serão exibidas em todos os perfis que a curtiram. E, se houver uma grande quantidade de publicações em um único dia, é possível também o não aparecimento de todas. Tudo dependerá dos algoritmos. Dessa forma, é importante levarmos em conta a Teoria Ator-Rede, por considerar as ferramentas como mediadoras. Como tal, podem alterar as associações dentro do próprio site de rede social.

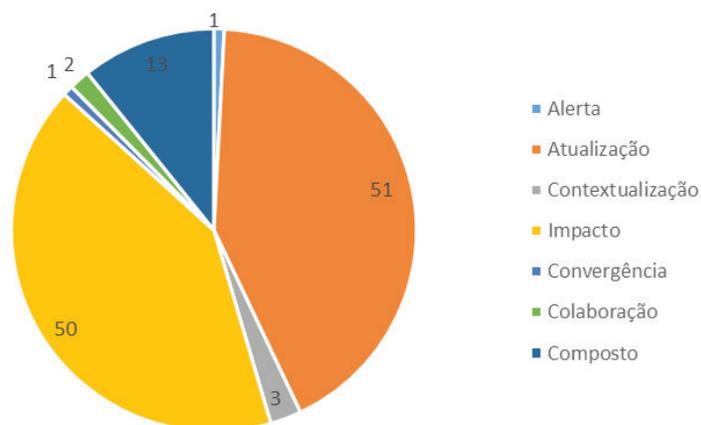
Então, no Twitter o tráfego de conteúdo é instantâneo. As informações costumam ser postadas em um curto espaço de tempo. Os *tweets* só podem ter 140 caracteres, e imagens e vídeos, normalmente, aparecem por meio de links. No Facebook o fluxo é mais lento. As pessoas costumam publicar em um maior espaço de tempo. As mensagens podem apresentar texto (sem limite de caractere), imagens, conteúdo audiovisual e links.

Brambilla e Martins (2011, informação verbal)³ editores de mídia social da Editora Globo e do Estadão, respectivamente, afirmam que o critério para a circulação da notícia no Twitter e no Facebook está relacionado à natureza de cada um desses espaços. Quanto à divulgação das informações, Martins (2011, informação verbal) explica: o Twitter é muito rápido, a cobertura acontece em tempo real. É possível postar de cinco em cinco minutos. No Facebook é diferente, visto que não se pode publicar de cinco em cinco minutos por conta do fluxo que é mais lento, as pessoas postam menos. Inicialmente, afirma o editor de mídias sociais do Estadão, o Facebook.com/estadao publicava quatro postagens por dia. Em 2011, o limite máximo era de meia hora. Ressaltamos, que em janeiro de 2013, a média entre as publicações oscilava de 10 a 30 minutos. Ainda segundo Martins, no Facebook a informação precisa ser mais lapidada, há mais debate e a discussão ocorre de forma mais organizada, diferente do Twitter que, segundo ele, é mais caótico.

Em todos os dias analisados, a quantidade de publicações na rede social Twitter foi superior ao Facebook. Percebemos também a diminuição do número de publicações ao longo do período, exceto no dia 28, segunda-feira, quando o Twitter apresentou um crescimento. O número de ações participativas também diminuiu a partir da segunda-feira nas duas RSIs.

Os tipos de postagem que predominaram no perfil do Twitter foram os classificados como atualização e como impacto, com 51 e 50 casos, respectivamente. A categoria composto obteve 13 postagens. As demais oscilaram entre uma e três, como podemos ver no gráfico 1:

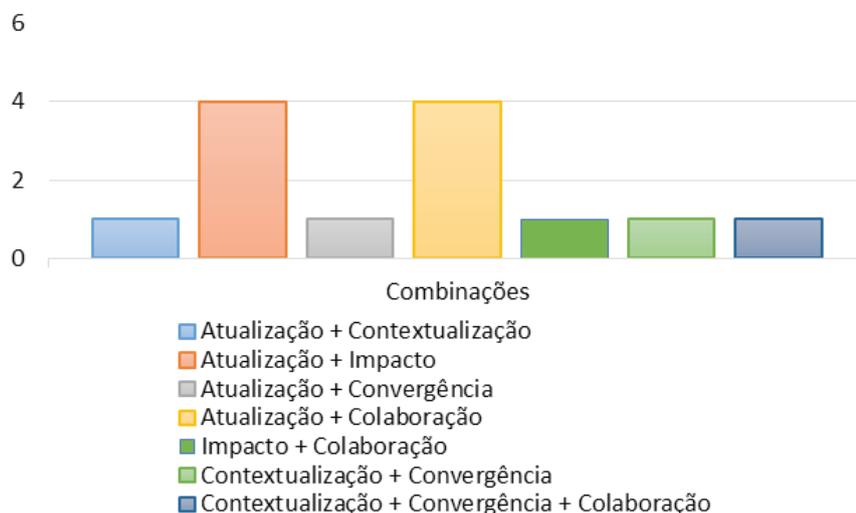
Gráfico 1 - Quantidade de postagem por categoria de circulação a partir do conteúdo no Twitter.com/estadão



Fonte: Organização da autora

Na categoria composto houve uma hegemonia de postagens com as características de atualização + impacto e de atualização + colaboração, totalizando quatro postagens em cada uma das combinações (ver gráfico 2). As categorias atualização, contextualização, convergência e colaboração prevalecem nas combinações.

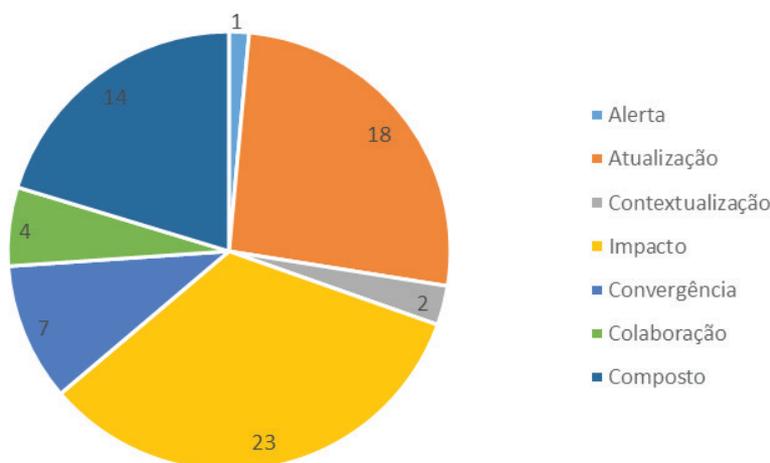
Gráfico 2 - Tipos de combinação na categoria composto no Twitter.com/estadão



Fonte: Organização da autora

No perfil do Estadão no Facebook, as categorias prevalentes foram: impacto, atualização e composto, com 23, 18 e 14 casos, respectivamente. As demais variaram entre uma e sete, como podemos ver no gráfico 3:

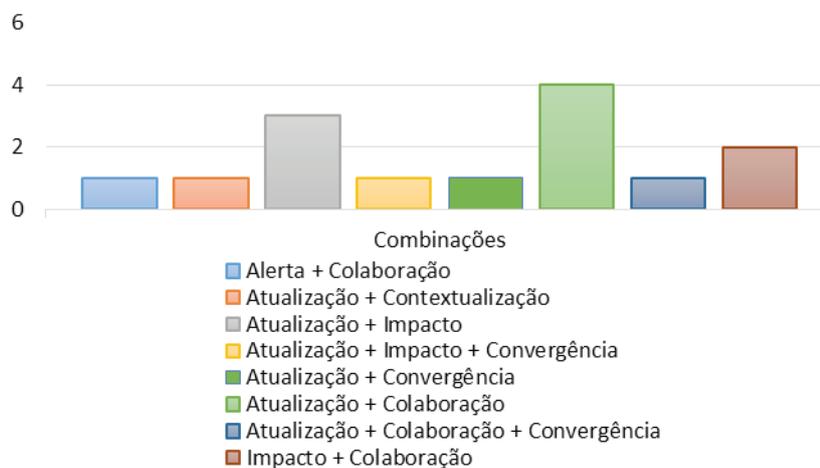
Gráfico 3 - Quantidade de postagem por categoria de circulação a partir do conteúdo no Facebook.com/estadão



Fonte: Organização da autora

Quanto à categoria composto, predominaram as postagens com as características de atualização + colaboração, de atualização + impacto e de impacto + colaboração, com quatro, três e dois casos, respectivamente (ver gráfico 4). As categorias atualização, colaboração, convergência e impacto prevalecem nas combinações.

Gráfico 4 - Tipos de combinação na categoria composto no Facebook.com/estadão



Fonte: Organização da autora

Ao lermos as informações publicadas nos perfis do Estadão no Twitter e no Facebook, percebemos diversas características da notícia e do texto jornalístico, como: texto escrito de forma simples, descrição das testemunhas e dos cenários, entrevista para obtenção dos fatos as múltiplas fontes e as testemunhas oculares (TRAQUINA, 2005), sensacionalismo e assuntos locais (PARK, 2008), concisão, clareza, captação do receptor e linguagem mista (MARTINEZ ALBERTOS, 2004 *apud* CANAVILHAS, 2007). Nesse sentido,

ao olharmos para as postagens nos sites de redes sociais, a definição de Peucer para os relatos proposta ainda no século XVII, pode ser mais do que nunca considerada atual: notificação de acontecimentos recentes.

Contudo, entendemos que nas redes sociais na internet o jornalismo ganha mais agilidade, na medida em que não precisa ter uma notícia toda escrita no portal, esperar a hora do telejornal ou, ainda, o dia seguinte para informar um acontecimento. Os veículos podem soltar um aviso inicial. A notícia é concebida aos poucos, a partir de cada nova informação jornalística postada, de cada replicação e comentário.

Em relação ao alerta, as mensagens que compõem esta categoria têm a função primordial de dar um primeiro anúncio sobre um acontecimento. No caso da tragédia em Santa Maria todas as postagens classificadas apenas como alerta traziam um link. A primeira postagem do Facebook.com/estadão sobre o incêndio na boate Kiss, categorizada em composto (alerta + colaboração) não trazia link. Somente a informação da morte de pelo menos 90 pessoas em um incêndio e o pedido de colaboração. Logo, é importante atentarmos também para essa relação existente entre o alerta e as primeiras postagens, pois, além de noticiar um fato, o jornal tenta também iniciar um diálogo com os usuários a fim de obter mais informações.

A segunda categoria que propomos é atualização. Esta foi uma das mais recorrentes, sendo a classificação predominante no Twitter e ficando em segundo lugar no Facebook. Acreditamos que o caráter de instantaneidade do Twitter, que permite a cobertura em tempo real dos fatos, tenha favorecido o elevado número de mensagens em atualização. É importante notarmos que muitas postagens possuíam atributos que as classificavam como atualização, mas também em outras categorias, por isso foram classificadas como composto, o que percebemos, principalmente, no Facebook. Esta categoria foi frequente, sobretudo, nos três primeiros dias após o acontecimento, quando foram postadas as primeiras informações, como atualização do número de mortos e de pessoas internadas, as primeiras prisões e o andamento das investigações. Uma prática comum observada nessas postagens foi a presença da palavra atualização no corpo do texto. No geral, encontramos uma estreita relação entre essa categoria e o conceito de notícia definido por Peucer (2004) ainda no século XVI.

A contextualização é uma categoria importante por trazer e/ou relacionar informações de fatos semelhantes, no entanto, é algo que aparece de forma tímida. No caso

analisado, ocorreu a partir de exemplos de outros incêndios com grande número de vítimas e com a discussão do assunto com especialistas sobre o tema como forma de ampliar o debate a partir de pontos específicos do acontecimento. Nessa categoria, é interessante notarmos a importância do uso da hipermídia, uma vez que além de textos é possível disponibilizar fotos, conteúdo audiovisual e ainda usar links para direcionar o usuário para outros locais da web com mais informações relacionadas. Assim, se a pirâmide invertida previa que a contextualização viesse no texto após os fatos mais importantes, aqui, a contextualização se mistura às demais informações e tem como característica principal: o link. Temos um exemplo específico, no caso da tragédia em Santa Maria, no qual uma postagem no Twitter e uma no Facebook referentes a outros incêndios em boates no mundo traziam um link que não direcionava o leitor para o portal Estadão, mas sim para o site da *National Fire Protection Association*. Porém, esse foi o único caso encontrado.

A categoria impacto foi uma das mais comuns, sendo registrada durante todos os dias nos dois sites de redes sociais. É interessante perceber, que em um primeiro momento muitas das mensagens com atributos de impacto foram classificadas como composto por trazerem também atualizações, como o decreto de luto da cidade e a volta da presidenta Dilma ao país por conta da tragédia. No geral, nos primeiros dias, o impacto foi tratado, sobretudo, a partir da reação dos familiares e de pessoas famosas. No entanto, ao desenrolar do acontecimento foi caracterizando-se pelos desdobramentos do assunto, ocorridos a partir do fato inicial, como as vistorias em casas noturnas em todo o país. Nessa categoria fazemos duas observações: a primeira, relacionada às mensagens sobre a repercussão do fato, visto que em muitas era perceptível o uso exagerado da emoção dos personagens, como no caso do choro da presidenta Dilma Rousseff e do depoimento de uma mãe que esperava que o filho estivesse vivo; a segunda, refere-se a certo cuidado em noticiar as informações do local sede do veículo jornalístico, São Paulo, visto as inúmeras postagens com os desdobramentos relacionados às vistorias e aos alvarás das casas noturnas da capital e do estado paulista.

Convergência. O nome desta categoria foi inspirado neste processo em que o jornalismo vive, no qual as organizações noticiosas usam todas as mídias para atrair o público. Nesse sentido, é interessante vermos como as redes sociais na internet são usadas como vitrines que chamam os usuários a consumir outros produtos do veículo. No caso do Twitter, temos o exemplo de quando o portal trouxe um especialista e usou esse

espaço para chamar o público e ainda estimulou a colaboração, ao solicitar o envio de perguntas. No Facebook, há uma seção diária com as principais informações do jornal impresso que traz a imagem de capa do jornal, instigando o consumidor a comprar o produto ao mesmo tempo em que ratifica o vínculo entre o perfil no site de rede social e o tradicional jornal impresso, O Estado de S. Paulo.

Consideramos que a categoria colaboração traz consigo a essência dos sites de redes sociais, que é a cultura participativa (JENKINS; FORD; GREEN, 2013; JENKINS, 2009) e a cultura em rede (JENKINS; FORD; GREEN, 2013). Nessa categoria, identificamos duas práticas comuns. A primeira é o uso do conteúdo postado nos perfis de pessoas comuns, que muitas vezes serve como fonte para os jornalistas. No caso de Santa Maria, temos os mais diversos exemplos, principalmente, no dia que ocorreu o incêndio. No entanto, muitas dessas informações foram classificadas em composto por terem também um caráter de atualização ou de impacto. Outra prática comum é o fato do próprio veículo instigar a participação dos usuários. Nesse sentido, observamos que em um primeiro momento foi solicitado o envio de relatos, fotos e vídeos de quem presenciou o incêndio, e depois o envio de denúncias de baladas inseguras, gerando cinco reportagens publicadas pelo portal Estadão no dia 02 de fevereiro de 2013.

A categoria composto envolve as mais diversas combinações das demais. Registramos o predomínio de mensagens com características de atualização, colaboração e/ou impacto, tanto no Twitter como no Facebook. Destacamos que no momento de formular as categorias de análise avaliamos ser importante a criação do composto, tendo em vista a quantidade de postagens que traziam atualizações, mas as fontes eram as redes sociais na internet (atualização + colaboração), ou eram referentes aos impactos, mas as fontes também eram as redes sociais na internet (impacto + colaboração) ou ainda quando se tratava de uma atualização, mas tinha um caráter de impacto que não poderia ser desconsiderado (atualização + impacto). Ocorreram outras combinações, mas decidimos citar estas por serem as dominantes. Por conta desse caráter misto, muitos dos exemplos desta categoria já foram citados acima.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O incêndio na boate Kiss em Santa Maria (RS) é um acontecimento que pode ser configurado como excepcional, trágico e impactante, devido às características e proporções que teve, causando grande repercussão nacional e internacional. Assim, os resultados

desta pesquisa podem ser aplicados a acontecimentos dessa natureza. É possível que, em outro tipo de acontecimento, os resultados sejam diferentes, configurando-se em um desafio para novas investigações.

A partir deste estudo, percebemos que as particularidades e as especificidades dos sites de redes sociais influenciam na forma como as histórias são contadas nas RSIs, em outras palavras, em como a notícia é construída em cada um desses espaços. Nem sempre as mesmas informações são disponibilizadas nos dois locais, visto que o Twitter apresenta um fluxo de notícias mais rápido e o Facebook mais lento. Nesse sentido, a notícia pode ser concebida a todo instante no Twitter, diferente do Facebook, onde são publicadas somente as informações mais importantes ou que tenham algum atributo que possa chamar atenção dos usuários, como uma imagem.

As principais características da notícia estão mais vivas do que nunca nas redes sociais na internet. A notícia passa a ser construída aos poucos (BRADSHAW, 2007), a partir de pequenas pílulas informativas (FIRMINO, 2009). Assim, a notícia nas RSIs está em constante construção, o que é uma característica da linguagem digital que é composta por uma infinidade de páginas, com conteúdo em diversos formatos, todos ligados por links.

Verificamos que as categorias alerta, atualização, contextualização e impacto estão mais relacionadas às características da notícia, como a novidade e o imediatismo. Enquanto que a convergência, a colaboração e o composto estão mais ligados à essência das redes sociais na internet, que diz respeito ao jornalismo convergente, à cultura participativa e à cultura em rede. Porém, nas redes sociais na internet essas categorias se complementam e se misturam formando, muitas vezes, uma notícia.

Percebemos um crescente uso das redes sociais na internet pelo jornalismo. Tais utilizações modificam o modo de produzir, distribuir e consumir a informação jornalística. Diante desse novo cenário, consideramos que o caráter de instantaneidade do jornalismo, em especial da notícia, é otimizado ainda mais nas redes sociais na internet. Somado a isso, agora o produto jornalístico adquire outros atributos, como a participação. Nesse sentido, a notícia ganha uma dinâmica social, uma vez que envolve cada vez mais a participação dos usuários e passa a ser construída continuamente.

REFERÊNCIAS

- BRADSHAW, P. **A Model for the 21st Century Newsroom: the news diamond**. Online Journalism Blog, 2007. Disponível em: <<http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-newsdiamond/>> Acesso: 13 set 2011
- CANAVILHAS, João. **Webnoticia: proposta de modelo periodístico para la WWW**. Covilhã: Livros LabCom, 2007.
- FIRMINO, Fernando. Moblogs e microblogs: jornalismo e mobilidade. (2009) In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.). **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. Disponível em < <http://portugues.free-ebooks.net/ebook/Blogs-com-Estudos-sobre-Blogs-e-Comunicacao>>. Acesso. 23 jan. 2013.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Introduction to Spreadable Media**. (2013). Disponível em <<http://www.fromthesquare.org/?p=4259>>. Acesso 05 fev. 2013.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LATOOUR, Bruno. **Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 10 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.
- LONGHI, Raquel Ritter; SOUSA, Maíra. A dinâmica da notícia na internet: organizações jornalísticas e atores da rede. **Contemporanea** (UFBA. Online), v. 10, p. 511-529, 2012.
- LONGHI, Raquel Ritter; FLORES, Ana Marta. Notícia e convergência nas RSIs: uma experiência social. In: LONGHI, Raquel; D'ANDRÉA, Carlos (orgs.). **Jornalismo convergente: reflexões, apropriações, experiências**. Florianópolis: Insular, 2012.
- MACHADO, Elias. **Sistemas de circulação no ciberjornalismo**. (2008). Disponível em < <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=viewFile&path%5B%5D=122&path%5B%5D=124>> Acesso em: 03 out. 2012.
- PARK, Robert. A história natural do jornal. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Volume 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PEUCER, Tobias. Os relatos Jornalísticos. In: **Estudos em jornalismo e mídia**. v. 1, n. 2, 2004. Disponível em <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2070/1812>>. Acesso em: 30 ago. 2011.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Volume I Florianópolis: Editora Insular, 2005.

(ENDNOTES)

- 1 Na perspectiva da Teoria Ator-Rede, os sites de redes sociais e todas as suas ferramentas as quais permitem a circulação e a reconfiguração da notícia no ciberespaço são considerados atores da rede, como exemplo: o botão “compartilhar” do Facebook ou o “retweet” do Twitter.
- 2 Esta categorização faz parte da dissertação da autora.
- 3 Informação fornecida pelos editores de Mídias Sociais Ana Brambilla (Globo) e Rodrigo Martins (Estadão) durante a mesa que eles integraram “Entre interação e informação: o jornalismo nas mídias sociais”, ocorrida na Semana de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, em 13 de setembro de 2011. A mesa foi filmada e o vídeo está disponível em: <http://www.videoconferencia.cce.ufsc.br/index.php?option=com_fl_exicontent&view=items&cid=84:teste&id=1667:o-jornalismo-nas-midias-sociais>. Acesso: 18 jun. 2013.

Artigo recebido: 04 de março de 2014

Artigo aceito: 28 de julho de 2014