

Jornalismo e Redes Sociais: Novas Práticas e Reconfigurações

Journalism and Social Networks: New Practices and Reconfigurations

Periodismo y Redes Sociales: Nuevas Prácticas y Reconfiguraciones

Ruthy Manuella de Brito Costa¹

Cristiane Portela de Carvalho²

Resumo: O desenvolvimento da Internet trouxe e continua trazendo significativas mudanças para o jornalismo e suas práticas. Um dos maiores impactos é a perda de domínio da informação por parte dos veículos tradicionais de comunicação. Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo fazer um levantamento sistematizado acerca das novas práticas e reconfigurações no campo jornalístico a partir da internet e, por conseguinte com o surgimento das redes sociais virtuais. Para tanto, metodologicamente se sustenta em revisão de literatura, tendo como principais aportes teóricos Castells (2015, 2017), Recuero (2009) e Jenkins (2009). A leitura e sistematização das informações acerca dessa temática permitem perceber que o meio é influenciado pelo conteúdo que nele existe e pelas interações em torno desse conteúdo, assim, as redes sociais na internet não surgiram para suplantarem o jornalismo, pelo contrário, elas surgem como novas ferramentas e novos espaços de interação social para o jornalismo.

Palavras-chave: Convergência. Jornalismo. Redes Sociais.

Abstract: The development of the Internet has brought and continues to bring significant changes to journalism and its practices. One of the biggest impacts is the loss of mastery of information by traditional communication vehicles. In this sense, the present work aims to make a systematic survey about the new practices and reconfigurations in the journalistic field from the internet and therefore with the emergence of virtual social networks. Therefore, methodologically it is supported by literature review, having as main theoretical contributions Castells (2015, 2017), Recuero (2009) and Jenkins (2009). The reading and systematization of information about this theme allows us to realize that the environment is influenced by the content that exists in it and the interactions around this content, thus, social networks on the Internet did not emerge to supplant journalism, on the contrary, they appear as new tools and new spaces of social interaction for journalism.

Keywords: Convergence. Journalism. Social networks.

¹ Universidade Estadual do Piauí (UESPI); Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (IESRSA), Picos, Piauí, Brasil, ruthycosta@pcs.uespi.br.

² Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina, Piauí, Brasil, crisportela14@yahoo.com.

Resumen: El desarrollo de Internet ha traído y continúa trayendo cambios significativos al periodismo y sus prácticas. Uno de los mayores impactos es la pérdida de dominio de la información por parte de los vehículos de comunicación tradicionales. En este sentido, el presente trabajo tiene como objetivo realizar una encuesta sistemática sobre las nuevas prácticas y reconfiguraciones en el campo periodístico desde Internet y, por lo tanto, con la aparición de redes sociales virtuales. Por lo tanto, metodológicamente está respaldado por la revisión de la literatura, teniendo como principales contribuciones teóricas Castells (2015, 2017), Recuero (2009) y Jenkins (2009). La lectura y sistematización de la información sobre este tema nos permite darnos cuenta de que el entorno está influenciado por el contenido que existe y las interacciones en torno a este contenido, por lo tanto, las redes sociales en Internet no surgieron para suplantar al periodismo, por el contrario, aparecen como nuevas herramientas y nuevos espacios de interacción social para el periodismo.

Palabras clave: Convergencia. Periodismo. Redes sociales.

1 INTRODUÇÃO

O tema internet, por vezes, pode ser visto como algo já totalmente explorado em termos de pesquisa científica. Contudo, os desdobramentos que a web possibilita ao jornalismo são cada dia mais diversos e, por isso, demandam investigação científica. A rede mundial de computadores hoje é composta por tantas outras redes, possibilitando inúmeras conexões, e o jornalismo é uma das partes constituintes desse campo.

Sendo assim, as redes sociais virtuais precisam ser vistas e entendidas para além de meras ferramentas digitais. Elas são na verdade cultura de comunicação e precisam ser utilizadas com tal dimensão. O jornalismo precisa entender o significado do seu papel nesse contexto e repensar sua atuação comportamental, de forma estratégica, nesses meios.

É possível perceber que a maioria dos assuntos que repercutem nas redes sociais tem origem nos veículos de comunicação, ou seja, as redes sociais reverberam as pautas jornalísticas. Isso já demonstra que o novo mundo do jornalismo implica em novas formas de acesso, produção, distribuição e repercussão dos conteúdos trabalhados.

Dessa forma, para a construção do presente trabalho, os procedimentos metodológicos estão concentrados na pesquisa bibliográfica, onde o material preexistente sobre a temática foi consultado para que pudesse ser contextualizado, comparado e sistematizado. Foram utilizados autores clássicos sobre redes sociais e convergência, bem como autores que despontam no cenário das pesquisas, atualizando as discussões.

Stumpf (2012) ressalta que a pesquisa bibliográfica é a etapa primeira e fundamental para a produção científica, pois a partir das leituras acerca dos temas de interesse, o

pesquisador é capaz de identificar conceitos e como estes se aplicam à sua construção teórica. Além disso, a autora destaca ainda que também é possível, além dos conceitos, encontrar instrumentos prontos ou que podem ser adaptados, segundo os propósitos da pesquisa.

Assim, esta discussão, de cunho teórico, a princípio mostra as redes sociais virtuais como novos espaços de comunicação, discutindo, com base nos estudiosos da área, as definições de rede até suas implicações para o campo da comunicação. Em seguida, o artigo trata sobre o contexto, as definições e os impactos da convergência, principalmente a de conteúdo, para o jornalismo, definindo o que é convergência e suas relações com o jornalismo, bem como aponta os impactos que ela acarreta, principalmente nas rotinas produtivas e no processo de distribuição do conteúdo noticioso. Por fim, o trabalho trata dos impactos das redes sociais sobre o jornalismo, mostrando como os veículos de comunicação devem se apropriar desses espaços de forma interativa e não somente de forma expositiva.

2 REDES SOCIAIS VIRTUAIS: NOVOS ESPAÇOS DE COMUNICAÇÃO

A internet, hoje, é campo indissociável da comunicação. O aprimoramento das práticas jornalísticas está diretamente ligado ao desenvolvimento de novas funções na web. Através dessas funções do ambiente online, o jornalismo aprimora sua capacidade de produção e, principalmente, a capacidade e diversidade de meios de distribuição do conteúdo noticioso produzido.

Castells (2017, p. 101), define que “comunicação é o compartilhamento de significado por meio da troca de informação”. Assim, é preciso perceber que a questão atual do contexto comunicacional não é o simples compartilhamento de informação, de conteúdo, de dados. Já não é a troca que faz sentido, mas, sobretudo, o que essas informações significam para quem compartilha e para quem recebe o conteúdo.

Para o autor, esse processo é definido pela tecnologia da comunicação, pelas características dos envolvidos no compartilhamento de informações e pela abrangência do processo comunicativo. Assim, ele diferencia comunicação interpessoal e comunicação de massa. A primeira é interativa e acontece de um para um em um processo de retroalimentação. A segunda, tradicionalmente é unidirecional. Assim, a internet possibilita o surgimento de uma nova comunicação interativa, através do envio de mensagens de muitos para muitos, em tempo real ou em tempo determinado. Castells (2017) denomina essa nova forma de comunicação como autocomunicação de massa. Essas três formas de comunicação (comunicação interpessoal, comunicação de massa e autocomunicação de massa) coexistem e

não se substituem, ou seja, uma não anula a outra, pelo contrário, se complementam na esfera das transformações comunicacionais.

Esse processo evolutivo das práticas comunicacionais chega ao mundo das redes sociais virtuais. Castells (2015) destaca que as comunidades online tiveram origem semelhante às dos movimentos contraculturais e dos modos de vida alternativos iniciados na década de 1960. Contudo, à medida que essas comunidades virtuais ampliaram suas dimensões em tamanho e alcance, essas ligações primárias com a contracultura se enfraqueceram, tornando difícil afirmar a existência de uma cultura comunitária unificada na internet.

Tomando essa perspectiva como base, não é negativa a inexistência de uma cultura comunitária unificada na internet, pelo contrário. A internet é um campo vasto com múltiplas possibilidades interativas e comunicacionais e a ampliação e o aumento do alcance e a variedade de atores presentes nesse meio permite que os processos comunicacionais também sejam múltiplos.

Isso acontece porque, segundo Castells (2015), os usuários das redes, com base no caráter flexível do ambiente online, buscam sempre adaptar as novas tecnologias aos seus interesses, à satisfação dos seus anseios. Contudo, existem características básicas desse ambiente.

Apesar disso, essas comunidades trabalham com base em duas características fundamentais comuns. A primeira é o valor da comunicação livre, horizontal. A prática das comunidades virtuais sintetiza a prática da livre expressão global, numa era dominada por conglomerados de mídia e burocracias governamentais censoras [...] O segundo valor compartilhado que surge das comunidades virtuais é o que eu chamaria formação autônoma de redes. Isto é, a possibilidade dada a qualquer pessoa de encontrar sua própria destinação na Net, e, não a encontrando, de criar e divulgar sua própria informação, induzindo assim a formação de uma rede. (CASTELLS, 2015, p. 52).

Com base no exposto, as pessoas que utilizam as redes sociais virtuais estão em busca de um ambiente comunicacional mais livre, mais independente, que seja compatível com o que elas buscam no âmbito da informação. Além disso, essas pessoas podem, agora, trilhar caminhos próprios no que tange ao processo informativo e também assumem papel de produtores de conteúdo, como destacado por Sousa (2013):

É ainda durante os anos 2000, que os sites de redes sociais na internet passaram a ser usados nos processos de produção e de circulação de notícias.

Ressaltamos, no entanto, que algo semelhante ao ocorrido com as outras mídias se repete na internet: a notícia precisa se adaptar a esse novo meio. (SOUSA, 2013, p. 60).

Seguindo essa mesma ideia, Recuero (2009) enfatiza que é característica das redes sociais na internet a capacidade de difusão de informações através das conexões que existem entre os atores integrantes da rede. A consequência é a alteração dos fluxos de informação. Para a autora, a internet permite que as pessoas compartilhem informações de maneira mais rápida e interativa, através de novos canais e com uma pluralidade de informações. Aqui essa pluralidade se refere também ao formato e ao conteúdo das informações que circulam nessas redes de conexão.

Recuero (2009) destaca ainda que para entender os fluxos de informação dentro das redes sociais na internet, é preciso compreender também a influência do capital social sobre a difusão das informações, ou seja, aos valores percebidos pelos atores e as conexões existentes nesses espaços.

Primeiramente, se considerarmos que as redes que estamos analisando são redes sociais, portanto, constituídas de atores sociais, com interesses, percepções, sentimentos e perspectivas, percebemos que há uma conexão entre aquilo que alguém decide publicar na Internet e a visão de como seus amigos ou sua audiência na rede perceberá tal informação. (RECUERO, 2009, p. 117).

O capital social é entendido aqui como sendo o conjunto das motivações existentes para que esses atores façam parte de uma rede, bem como as impressões e valores que desejam construir nas redes mediadas pelo computador. Assim, a escolha das informações publicadas é diretamente influenciada pela percepção que o ator tem dos impactos que ela pode causar.

O uso que cada um faz da internet, através das comunidades virtuais, estimula os processos de reinvenção da sociedade, os processos de interação social, fazendo com que a web possibilite o surgimento de um novo meio de comunicação. Castells (2015) enfatiza, porém, que isso acontece em meio a afirmações conflitantes. Inicialmente, a formação de comunidades virtuais é vista como forma de romper as barreiras locais, ou seja, é uma porção além das interações humanas limitadas pelas questões territoriais. Contudo, à medida que as relações virtuais avançam, surge a preocupação em torno do isolamento social, uma vez que muitos indivíduos transferem todas as suas relações para o ambiente online.

Castells (2015) inicia, assim, a discussão sobre a realidade social da virtualidade da internet. Ele afirma que, ainda na década de 1980, os passos iniciais da internet são anunciados como a chegada de uma nova era de comunicação, possibilidade de existência das comunidades virtuais através de uma comunicação mediada pelo computador. A internet, nesse sentido, surte efeito positivo sobre a interação social e propicia a exposição das pessoas a outras fontes de informação.

Contrariando alegações de que a Internet seria ou uma fonte de comunitarismo renovado ou uma causa de alienação do mundo real, a interação social na Internet não parece ter um efeito direto sobre a configuração da vida cotidiana em geral, exceto por adicionar interação on-line às relações sociais existentes. (CASTELLS, 2015, p. 100).

A comunicação faz parte da essência do ser humano. A internet surge então como uma nova forma, como um novo espaço para a dinâmica das comunicações sociais. Assim, a sociedade em rede se constitui de formas diferentes, com intensidades diferentes, a depender do contexto onde se aplica. Por isso, Castells (2015) elenca os três principais desafios da sociedade em rede que, para ele, ainda buscam respostas.

O primeiro desafio é a própria liberdade. Para o autor, as redes propiciam comunicação livre, contudo, a infraestrutura dessas redes pode ter donos e daí surge o controle de acesso a elas. Esse controle se sustenta em bases comerciais, ideológicas e políticas, ou seja, a liberdade pode esbarrar no controle. O segundo desafio trata da exclusão, que pode resultar das limitações de acesso, por falta de estrutura tecnológica, capacidade limitada para uso autônomo da internet. Já o terceiro desafio está relacionado à educação para o uso das redes. Castells (2015) fala aí sobre a capacidade que as pessoas precisam ter para processar as informações e gerar conhecimento para que este seja aplicado no contexto em que essas pessoas vivem.

3 CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA: CONTEXTOS, DEFINIÇÕES E IMPACTOS

Uma das mais recentes e transformadoras mudanças no campo da comunicação é a era digital. Ela permite e facilita a interligação entre todas as práticas comunicacionais o que resulta na dimensão da convergência de mídias. Com os avanços tecnológicos e a incorporação dessas tecnologias nas práticas comunicacionais, isso se amplia e faz com que o jornalismo amplie suas possibilidades.

Castells (2017) destaca que o desenvolvimento dessas transformações está ligado a quatro principais fatores. O primeiro deles é a transformação tecnológica, que para o autor é baseada na digitalização da comunicação, na rede de computadores, no desenvolvimento de programas de computador cada vez mais funcionais e no aumento da capacidade de transmissão de informações através das redes sem fio.

O segundo ponto é a estrutura organizacional e institucional da comunicação, onde a mídia se caracteriza como emissor e o público como receptor, contudo com dinâmicas bem interativas. O terceiro ponto elencado por Castells (2017) é a dimensão cultural do processo de transformação de várias camadas da comunicação, que é entendida a partir da relação entre tendências contraditórias, mas que essa contrariedade não as torna incompatíveis.

O último ponto são as relações de poder, que, ainda de acordo com Castells (2017), formam a base da evolução do sistema multimodal e estão diretamente ligadas aos níveis de infraestrutura na área da comunicação, possibilitando a separação digital e definindo o poder de consumo. O autor afirma que essas transformações, embora ainda tenham muitos pontos de discussão acerca dos seus impactos na sociedade, permitem que os atores sociais estejam cada vez mais inseridos e conscientes do seu papel no novo sistema multimídia.

Entender que as transformações pelas quais passam o jornalismo envolvem, principalmente, transformações tecnológicas, estrutura organizacional, dimensão cultural e relações de poder são o passo inicial para chegar ao entendimento da contribuição e impacto de cada um desses aspectos para o processo de mudança do campo da comunicação e entender ainda a mudança de postura dos atores sociais nesse processo.

Nessa perspectiva, Jenkins (2009) afirma que convergência é uma palavra que reúne em sua definição transformações tecnológicas, culturais, mercadológicas e sociais. O impacto de cada uma dessas transformações depende de quem esteja falando.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 30).

Sendo assim, convergência está para além das questões tecnológicas, concentrando-se na nova cultura de participação ativa assumida pelos receptores de informações, que agora se tornam consumidores, incentivados a buscar conteúdos disponíveis em múltiplas plataformas, construindo conexões nesses ambientes. Assim, Castells (2017) e Jenkins (2009) concordam

quando se fala em novas posturas de produtores de conteúdo e público consumidor desses conteúdos.

Jenkins (2009) destaca ainda que a convergência é um conceito antigo que agora assume novos significados. Para o autor, as transformações digitais não representam a substituição das mídias tradicionais pelas novas mídias. A convergência traz a ideia que novas e velhas mídias precisam interagir, das mais diversas formas, e não se anular ou competir, ou seja, a convergência contempla transformações no modo de produzir e nas formas de consumir os meios de comunicação.

Seguindo essa perspectiva de definição da convergência jornalística, Sousa (2013, p. 35) destaca que se trata da “distribuição de conteúdo em multiplataformas”. A autora segue afirmando que é uma estratégia cujo “objetivo é conquistar o público consumidor que está cada vez mais fragmentado”. A prática jornalística precisa incorporar e entender a ideia de que hoje a sociedade dispõe de plataformas diversas como fonte de conteúdos diversos, incluindo o conteúdo noticioso. Isso faz com que o público assuma também formas diversificadas no que se refere ao consumo de conteúdo. Assim, para que o jornalismo alcance essa variedade de públicos, é preciso entender antes como usar essas multiplataformas.

Nesse processo de convergência é importante entender como essas transformações afetam o mundo do trabalho dos profissionais do jornalismo. As empresas de comunicação, focadas nas ideologias corporativas de produtividade e ganho financeiro, acabam submetendo os jornalistas a condições de trabalho exaustivas.

Para Kischinhevsky (2009), o profissional de imprensa é uma das principais vítimas do processo de convergência, tanto na esfera econômica, quanto política, social e cultural. Nessa nova perspectiva de atuação, o repórter ideal não pode ser especialista em um tipo específico de mídia. Pelo contrário, deve desenvolver a capacidade de produzir conteúdo para distribuição a partir de múltiplas plataformas. Isso exige diversidade em forma e linguagem.

O mercado comunicacional, tomando como pressuposto a convergência, exige do profissional jornalista uma atuação multitarefa. Assim, passa a ganhar destaque aquele profissional que atua de forma indiscriminada em todas as áreas jornalísticas. Já não é destaque o especialista, mas sim o multimodal. Vale ressaltar que o ganhar destaque aqui não é sinônimo de valorização profissional em termos de salário e condições de trabalho. A realidade é do profissional que desempenha múltiplas funções mas que a remuneração e as condições de trabalho não acompanham essa lógica transformadora.

Para Kischinhevsky (2009, p. 57), “as novas rotinas de trabalho põem em xeque o papel de mediador do jornalista, sobrecarregado de tarefas que comprometem a qualidade informativa do noticiário entregue a leitores, ouvintes, telespectadores e/ou internautas”.

Nessa conjuntura, o autor traz a ideia do *multiskilled jobs* (empregos multiqualificados), onde as novas tecnologias de comunicação reconfiguram o mercado de trabalho com base no discurso da convergência inevitável. Contudo, nesse processo, o mercado se precariza e o profissional assume uma sobrecarga de trabalho sem aumento dos ganhos financeiros. Kischinhevsky (2009) afirma ainda que isso é uma constante, principalmente por que os jovens profissionais, em busca de visibilidade, assumem essas condições de trabalho.

Nesse cenário, não só o jornalista sai perdendo, mas o consumidor da informação também, uma vez que diante das grandes demandas de produção de material multimídia, em um curto espaço de tempo, em alguns casos, acaba por negligenciar o processo de apuração das informações, não por descaso, mas por sobrecarga de trabalho e acúmulo de funções. O aprofundamento e o detalhamento perdem espaço e, conseqüentemente, a qualidade da informação é comprometida.

Retomando as características centrais da convergência, é necessário contextualizar o papel das redes sociais nesse processo, que se apresentam como fundamentais no processo de produção e distribuição dos conteúdos noticiosos, no acesso e compartilhamento de informações pelos profissionais da comunicação. Castells (2017), quando discorre sobre a autocomunicação de massa, destaca que a internet é um meio de comunicação interativo e, cada vez mais, vem sendo utilizada para acessar as mídias, tanto as mídias tradicionais, televisão, rádio e jornais, bem como produtos culturais digitalizados.

Assim, esses veículos tradicionais continuam alcançando um grande número de pessoas. O que muda são as formas de acesso a esses conteúdos e os processos de trabalho dos veículos e profissionais envolvidos. É possível consumir conteúdos da televisão, do rádio e dos jornais impressos através da internet e as redes sociais aprimoram esse processo. “Dessa forma, a comunicação de massa no sentido tradicional hoje é uma comunicação baseada na internet tanto em sua produção quanto em sua transmissão” (CASTELLS, 2017, p. 112). O autor ressalta ainda que isso acontece em virtude do surgimento da web 2.0 e web 3.0, bem como das tecnologias agregadas a dispositivos e aplicativos que possibilitam o desenvolvimento de espaços sociais na internet.

Nesse contexto, corroborando com Castells (2017), Barbosa (2013) afirma que a convergência reconfigura os meios desde a sua estética até os aspectos econômicos. Para esta autora, a convergência jornalística então assume uma amplitude ainda maior no seu processo de desenvolvimento. Assim, a convergência não pode ser vista ou tratada de forma isolada para que sejam empregadas novas rotinas produtivas no jornalismo, pelo contrário, ela deve ser entendida como um processo, e como todo processo, todas as fases devem ser levadas em consideração. As formas de trabalho no jornalismo mudam constantemente, contudo, isso não deve acontecer de forma desordenada e levando apenas os aspectos econômicos em consideração, deve acontecer de forma planejada, com uma rotina produtiva que priorize a qualidade das informações produzidas.

4 IMPACTOS DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS NO JORNALISMO

As transformações que envolvem o jornalismo, desde o jornal impresso até o jornalismo online, não são estanques. Nesse sentido, as redes sociais virtuais surgem como novos espaços de interação social, onde não somente as pessoas buscam essa interação, mas também os próprios veículos de comunicação veem nas redes sociais, novas ferramentas de trabalho, da produção à distribuição de conteúdo noticioso.

Antes de se aprofundar nesses processos de interação, é necessário definir o que é virtual. Lévy (1999) considera que é superficial definir virtual apenas como ausência do real. Para ele, o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual.

A universalização da cibercultura propaga a copresença e a interação de quaisquer pontos do espaço físico, social ou informacional. Neste sentido, ela é complementar a uma segunda tendência fundamental, a virtualização [...] É virtual toda entidade "desterritorializada", capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular. (LÉVY, 1999, p. 47).

Diante desse contexto de desterritorialização, essas interações sociais, portanto, incluem o conteúdo noticioso como elos integrantes das redes. As conexões se fortalecem em torno das notícias compartilhadas nas redes sociais virtuais. As relações sociais existentes nas redes, os processos de interação e conversação nesse ambiente da internet permitem a negociação das informações que aí circulam.

Aqui é importante trazer o contexto da estrutura tecnológica da rede e como isso influencia os processos informacionais:

Embora os estudos da difusão de informações não sejam originários da Internet, um novo foco, baseado em seus pressupostos, nasce da constatação de que a estrutura tecnológica da Rede atua como catalisadora nos processos de informação das redes sociais que são suportadas por ela. (RECUERO, ZAGO, 2010, p. 71).

As autoras ressaltam ainda que no ambiente da internet, principalmente nos sites de redes sociais, é mais fácil mapear as conexões formadas entre os indivíduos, a partir das informações que estes indivíduos compartilham entre si. A estrutura dos sites de redes sociais permite que os utilizadores deixem rastros, principalmente sobre as suas preferências e isso influencia o modo como as informações são distribuídas nesses ambientes.

Nesse panorama, Barbosa (2013) identifica o que ela chama de quinta geração de desenvolvimento para o jornalismo nas redes digitais. Essa geração compreende o surgimento de novas plataformas e diferentes modos para a produção, composição e apresentação dos conteúdos jornalísticos. Essa geração se delinea em paralelo à convergência, tendo como centro as mídias móveis que são vistas como propulsoras desse ciclo de inovação.

Hoje, um dos quesitos mais presentes no contexto das transformações jornalísticas é a mobilidade. O jornalismo precisa se moldar levando em consideração as características dos dispositivos móveis, através dos quais um grande número de pessoas busca informações. Aliada a isso está a conectividade, uma vez que a mobilidade sem conexão à internet quebra o ciclo de busca e distribuição de conteúdo informativo.

Corroborando com essa perspectiva, Franciscato (2015) afirma que as novas tendências do jornalismo no ambiente das redes sociais digitais evidenciam a necessidade de inovar nas formas de produção, comercialização e distribuição, a partir do compartilhamento nas redes sociais. Assim, o jornalismo já não pode ignorar a necessidade de se fazer presente não somente no ambiente online, mas se apropriar das ferramentas e tecnologias advindas desse ambiente.

Porém, isso não deve ser visto como algo novo. Duarte et al (2016) destacam inclusive que o jornalismo é uma atividade cada vez mais dependente das novas tecnologias de comunicação e informação e isso modifica o domínio do campo da comunicação. No ambiente analógico, os veículos dominavam totalmente a oferta de informações, decidindo de forma isolada o que seria ou não divulgado, o público era pautado somente pela mídia. No ambiente digital, com o ganho de espaço da internet, a mídia tradicional perde esse controle. Os primeiros passos são possibilitados pelo surgimento dos blogs.

Duarte et al (2016) ressaltam que, seguindo esse processo, é na segunda metade dos anos 2000 que as redes sociais ganham força, uma vez que permitem a interação por parte do público. Além disso, conferem a este público o início da independência em relação aos meios de comunicação, uma vez que a partir dali, podem dialogar com outras pessoas e não somente com os produtores oficiais de conteúdo noticioso.

A partir das redes sociais o relacionamento primário entre jornalista e fonte se rompe e abre espaço para o relacionamento entre as próprias fontes de informação. Na época dos blogs, quem utilizava a ferramenta buscava imitar os padrões de linguagem e formatos difundidos pela mídia tradicional.

Já as redes sociais permitem ao usuário não só publicar um conteúdo a seu gosto como disseminá-lo de forma segmentada entre as pessoas e grupos de seu relacionamento. Dessa forma, na Web 2.0, a reprodução de um padrão adotado pela mídia tradicional deixa de ser interessante, pois o usuário pode usar a linguagem que for mais próxima de seu próprio público, da audiência de sua própria rede. (DUARTE et al., 2016, p. 4).

Surge, assim, a dimensão de que o público ultrapassa a interação primária representada pela possibilidade de comentar o conteúdo disponibilizado pelos veículos de comunicação. Com as redes sociais, esse público pode, individualmente, produzir e compartilhar suas próprias informações e também confrontar, através do compartilhamento, sua análise dos fatos junto à versão disposta pela imprensa. Além disso, Duarte et al (2016) destacam que mesmo que o usuário apenas compartilhe a informação produzida pelo veículo, sem comentário algum, já está assumindo a função de distribuidor da informação.

Nesse mesmo sentido, Sousa (2013) afirma que as ferramentas de tecnologia digital que favorecem o cenário de convergência promovem sobremaneira a forma como o público interage, a forma como o público participa do processo noticioso.

Assim, ferramentas como os sites de redes sociais na internet podem ser consideradas protagonistas desse novo ecossistema midiático, uma vez que permitem a divulgação e/ou a replicação de qualquer tipo de informação por qualquer pessoa, modificando a relação entre produtores e audiência. (SOUSA, 2013, p. 36).

Assim, a dinâmica da notícia passa a ser reconfigurada pelas redes sociais na internet. A relação entre quem produz e quem consome o conteúdo é totalmente modificada, passando de uma relação verticalizada, com começo, meio e fim, para uma relação horizontalizada, onde o lugar de produtor já não é mais exclusivo. Ao contrário disso, a audiência passa

também a produzir o seu próprio conteúdo e distribuir junto às suas redes de contato. Tal perspectiva é abordada por Sousa (2013):

A facilidade em se publicar, comentar e distribuir informações nos sites de redes sociais na internet marca o atual momento do jornalismo. Diferentemente da época de ouro do jornalismo impresso, quando os editores possuíam grande poder sobre a sociedade, com a emergência das redes sociais esse poder se dispersa e é dividido com seus usuários. (SOUSA, 2013, p.71).

A autora traz destaque ainda para a circulação do conteúdo informativo que, segundo ela, agora perde a linearidade. “A produção e a distribuição de notícias passa a contar também com os usuários, alterando o ecossistema midiático” (SOUSA, 2013, p. 48). Nessa estrutura jornalística a autora acrescenta o público consumidor também como produtor, distribuidor e principalmente como filtro fundamental do conteúdo.

Já Canavilhas e Satuf (2014) apontam três fatores principais como sendo os responsáveis pelas mudanças nos modos de produção e distribuição da notícia: o processo de digitalização; o crescimento da internet; o surgimento dos dispositivos móveis. Esses três fatores afetam as empresas de comunicação e, principalmente, a imprensa escrita. Esses fatores também devem integrar a busca pelo entendimento das transformações que afetam o jornalismo. Devem ser entendidos individualmente e coletivamente como os novos caminhos que já são possíveis para o jornalismo.

É necessário entender justamente quais são esses novos caminhos possíveis para o jornalismo. É claro que diante das novas possibilidades advindas das tecnologias digitais e potencializadas pelas redes sociais na internet, o jornalismo precisa se reconfigurar e assumir novos contornos. Esses contornos precisam investir na interatividade da audiência, fazer com que essa audiência seja percebida de maneira responsável e que realmente integre o processo noticioso. Isso significa que as diversas formas de participação do público já não podem e não devem ser ignoradas.

5 CONSIDERAÇÕES QUASE FINAIS

O jornalismo acompanha as transformações sociais e sempre é afetado por elas, tendo que se reinventar, buscando caminhos de se manter importante para o contexto social. O que mais se altera nesse processo são as formas de produção e de distribuição do conteúdo noticioso. Nesse sentido, as redes sociais ampliam e complementam o jornalismo, mas não o

substituem. Essas redes sociais na internet chamam a atenção do público para as notícias, encurtando o caminho que o público deve percorrer em busca de informações.

Assim, é função do jornalismo reafirmar o seu papel de fonte de informação confiável, contudo, deve incluir os públicos nesse processo. O caminho de produzir e distribuir conteúdo noticioso ganha outra peça importante: o que o público faz com o conteúdo que recebe. O processo noticioso não se encerra na distribuição. Ele tem continuidade justamente a partir das discussões que se fazem diante daquele conteúdo. Quem fomenta essas discussões é o público. A partir desse entendimento, o jornalismo terá condições de trazer para os próximos conteúdos o viés das discussões. Isso pode resultar em novos conteúdos e também em desdobramentos necessários aos conteúdos já divulgados.

Convergir ultrapassa os limites da necessidade, passando a ser algo fundamental e inevitável para as práticas jornalísticas. Não basta estar nas redes sociais, é necessário fazer parte desse contexto de conexão que é complexo e possui estrutura própria. Isso significa que as empresas jornalísticas precisam, antes de tudo, entender o funcionamento de cada uma dessas redes sociais, nas quais se propõem a estabelecer relações, e a partir disso planejar as melhores práticas para cada um desses ambientes. Isso porque o público vem deixando de lado uma postura mais passiva, de mero consumidor de informações, para assumir de forma intensa a postura de público interagente e crítico.

Então, as redes sociais são sim novos espaços de comunicação que crescem em dimensão de abrangência de público e também em ferramentas disponíveis. Por isso, as empresas de comunicação e os jornalistas devem se apropriar das ferramentas disponíveis para garantir o efetivo cumprimento das suas responsabilidades profissionais enquanto agentes sociais.

No âmbito da convergência, a principal preocupação é com os impactos causados nas demandas de trabalho dos profissionais. Na visão econômica das empresas de comunicação, a convergência, de forma recorrente, é implantada nas redações sem qualquer preocupação com as rotinas de trabalho, que se reconfiguram com o acúmulo de funções, exigência de profissionais multitarefas e com pouco, ou quase nenhum, reconhecimento profissional ou financeiro.

O jornalismo convergente busca entender as especificidades de cada meio e, partindo disso, chamar a atenção dos públicos que se tornam cada vez mais dispersos, buscando informações em fontes diversas e não mais nos veículos tradicionais. O jornalismo precisa de

público e, para isso, precisa principalmente entender que as necessidades desse público também se fragmentam diante das inúmeras possibilidades de informação.

Ademais, os impactos que as redes sociais acarretam ao jornalismo são inúmeros, fazendo com que esse campo ainda seja fértil para tantas outras pesquisas e experimentações. Ultrapassando o campo analógico, frente ao digital, o jornalismo precisa entender que as redes sociais são campo de discussões acerca daquilo que é noticiado pela imprensa e também acerca daquilo que a imprensa deixa de noticiar. Sendo assim, o presente trabalho abre espaço para futuros trabalhos, mais aprofundados, acerca de pontos específicos do jornalismo e sua relação com as redes sociais, visto que é um campo de pesquisa vasto e necessário.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: UBI/LabCom, 2013.

CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. Jornalismo em transição: do papel para o tablet... ao final da tarde. In: FIDALGO, António, CANAVILHAS, João. **Comunicação digital: 10 anos de investigação**. Covilhã: UBI/LabCom, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

DUARTE, Jorge et al. **Mídias sociais online e prática jornalística: um estudo em Santa Catarina**. 2016. Disponível em: <https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/arqcom/article/download/3854/3137>. Acesso em: 27 jun. 2019.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Teorias sociais sobre a tecnologia e os estudos de jornalismo digital. In: FRANCISCATO, Carlos Eduardo *et al* (org.). **Jornalismo e tecnologias digitais: produção, qualidade e participação**. São Cristóvão: UFS, 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo online: modos de fazer**. Rio de Janeiro: PUC-Rio/Sulina, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. “RT, por favor,”: considerações sobre a difusão de informações no *Twitter*. **Revista Fronteiras**, v. 12, n. 2, maio/ago. 2010. Disponível em: <http://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2020/3016>. Acesso em: 26 jun. 2019.

SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. 286 p. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/122790/323516.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 mar. 2020.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.