



As Redes Sociais na Interface com o Jornalismo¹

Marília Machado Munareto ²

Resumo

Com o desenvolvimento da tecnologia e com a ascensão das redes sociais, a Comunicação, e, principalmente o jornalismo, vem passando por significativas transformações. Este trabalho analisa de que maneira as redes podem contribuir para essas mudanças, como nova forma de divulgação de notícias e de interação entre os veículos de comunicação e seu público alvo e avalia como canais situados no interior do estado do Rio Grande do Sul estão reagindo à inserção das redes sociais, e de que forma chegam até os internautas. Nesse contexto, a metodologia propõe uma análise a partir de entrevistas com profissionais de comunicação de Ijuí e Santa Rosa, observando a necessidade de adaptação do jornalismo às mudanças ocorridas nos últimos anos, com a presença da internet.

Palavras-chave

Jornalismo; Internet; Redes Sociais; Tecnologia.

Introdução

Com o desenvolvimento midiático, a internet conquistou o seu espaço diante de diferentes setores nas últimas décadas, facilitando a relação entre pessoas distantes, a interação entre público e empresa e criando a possibilidade de convergir diversas mídias em um só local. As redes sociais, provenientes desse avanço tecnológico, transformaram a vida dos cidadãos comuns e essas mudanças acabaram refletindo também na comunicação da atualidade. O Jornalismo percebeu nas redes sociais a disponibilidade de divulgar informações sem limites, de buscar por fontes com grande facilidade, de haver uma interação entre meio de comunicação e público alvo e, ainda, um feedback quase instantâneo.

Dentro das possibilidades apresentadas pela internet, as redes sociais passaram a diminuir distâncias e a oferecer facilidade, rapidez e democratização.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Unijuí; email:mariliamunareto@hotmail.com



O Twitter, em seus 140 caracteres, permitiu que os assuntos mais comentados do momento entrassem para os *Trending Topics*, antes mesmo de estarem inseridos nos meios de informação tradicionais. O Facebook tornou-se a maior rede da atualidade e o site mais acessado do mundo. Criou-se uma nova era: a era das redes sociais.

Este trabalho tem por objetivo identificar por que as redes sociais tornaram-se tão relevantes para o desenvolvimento do trabalho jornalístico. A pesquisa se justifica por ser um tema atual, ainda não muito discutido, e bastante relevante por ser de interesse de todo profissional de jornalismo, em formação ou não, que deseje se enquadrar no contexto jornalístico da atualidade.

A discussão proposta por meio deste trabalho é relevante por estar em fase de reflexão na sociedade face ao jornalismo e as transformações tecnológicas que vem modificando o curso da história. Por isso, é preciso que os profissionais de comunicação descubram como podem aproveitar as tecnologias e as redes sociais, de forma a manter a sua essência e a não perder o que o mundo contemporâneo tem a oferecer.

1. A era da internet: o surgimento e a evolução das novas tecnologias

“A Internet é um conglomerado de redes em escala mundial de milhões de computadores interligados pelo TCP/IP que permite o acesso a informações e todo tipo de transferência de dados”. Essa é uma descrição encontrada na própria Internet, no endereço da Wikipédia, e que explica o significado dessa palavra que revolucionou o mundo das comunicações nas últimas décadas.

A facilidade da internet e a possibilidade de convergir todas as mídias em um só canal fazem dela a principal fonte de pesquisa, informação e relacionamento. Por isso, a tecnologia, hoje, acaba girando em torno dela: são notebooks, celulares, smartphones, Iphone, Ipod, netbooks, dentre várias outras ferramentas.

A Internet representa um período de transição, que possibilita o que nenhum outro meio de comunicação jamais possibilitou: a convergência de diversas mídias em um só canal e a interação imediata entre os indivíduos e seus computadores, independente de onde estejam localizados geograficamente. Wilson Dizard defende que “o poder da Internet está baseado na sua habilidade de superar as barreiras que



limitavam o acesso de uma enorme massa de informações para os consumidores comuns” (2000, p. 25).

A sociedade contemporânea encontrou na internet um meio fácil e barato de estreitar suas relações profissionais e de amizade, de inteirar-se sobre os mais diversos assuntos em questão de segundos, e de poder fazer parte de um mundo de informações ilimitadas, em que a democracia impera. Como explica Dominique Wolton

[...] se analisado de uma ponta à outra a sedução exercida pelas novas tecnologias, seu caráter mágico, o fato de que a cada cinco anos suas capacidades aumentam e os preços diminuem, a extensão das áreas de aplicação, o caráter lúdico de suas utilizações, seu caráter “democrático”, as utopias que elas reativam, compreende-se o encantamento que elas operam em uma boa parte dos jovens (WOLTON, 2003, p. 89).

Para o autor, a Internet tornou-se uma utopia, o que explica o fascínio que exerce em relação aos jovens.

A Web torna-se uma figura de utopia, de uma sociedade onde os homens são livres, capazes de se emancipar por eles mesmos. Nada disso é falso e corresponde ao espírito de nossa época, que valoriza a liberdade individual, em um momento no qual não há muito mais terrenos para aventuras, nem de evasões a serem oferecidas às novas gerações. As novas tecnologias constituem incontestavelmente um espaço de abertura, um faroeste, uma referência à utopia. E é essencial que se preserve isto (WOLTON, 2003, p.86).

A vida dos indivíduos mudou juntamente com a tecnologia, e nesse processo tudo se transforma rapidamente, dos gostos às atitudes, das ideologias aos talentos profissionais. O mundo não é mais o mesmo e a cibercultura faz parte desse sistema de velocidade, como relata Eugênio Trivinho (2009, p.160):

A cibercultura é talhada, de ponta a ponta, pela dromocracia. O conceito de dromocracia, cunhado por Virilio, em 1977, num contexto de discussão sobre as relações entre campo político e campo bélico no âmbito da história ocidental, refere-se a uma dinâmica societária subordinada ao imperativo da velocidade. Como tal - *dromos*, prefixo grego, significa rapidez, agilidade -, o conceito abrange as profundas mudanças por que a vida humana tem passado nas últimas décadas, em função da aceleração tecnológica levada a cabo em todos os setores (...) Sob tutela dromocrática, o mundo e seus pertences, na cibercultura, liquefazem-se em lapso de tempo historicamente ultracurto, a



efemeridade não se alçando senão, como valor, à condição de “útero” de todas as coisas e, simultaneamente, também de seu epitáfio.

John Thompson enfatiza que “o desenvolvimento dos meios de comunicação é uma nova elaboração do caráter simbólico da vida social” (2001, p.19). Para ele, a informação atual não é mais limitada, já que qualquer informação pode ser gravada ou exibida para quem está longe de onde os fatos acontecem.

Com toda essa convergência oferecida pela internet, as mídias tradicionais passaram a ser utilizadas em um só local, com mais interatividade e rapidez. “A televisão e os demais veículos clássicos de comunicação estão sendo desafiados pela Internet e por outras tecnologias que oferecem opções mais amplas de serviços, de informação e entretenimento” (DIZARD, 2000, p.19).

Essa interatividade e liquidez advinda da internet e das novas mídias, propagadas por ela, criaram uma nova forma de ver a comunicação, já que a cultura dos povos é cada vez mais fragmentada e está em constante mutação.

Um movimento geral de virtualização afeta hoje não apenas a informação e a comunicação, mas também os corpos, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência. A virtualização atinge mesmo as modalidades do estar junto, a constituição do “nós”: comunidades virtuais, empresas virtuais, democracia virtual... (LÉVI, 1996, p.11).

Portanto, com o desenvolvimento da internet, o mundo todo passou por uma transformação. O virtual passou a fazer parte de tudo, e não há mais como ignorar a sua existência.

2. O advento das redes sociais e seu impacto na sociedade

Com o *boom* das novas tecnologias e da internet, as redes sociais acabaram conquistando o seu espaço, permitindo a conexão on-line entre as pessoas. Trata-se das relações advindas da comunicação pela internet.

A vida dos indivíduos está, indiscutivelmente, acompanhando as evoluções tecnológicas. Um novo mundo foi construído, e acompanhar essa evolução tornou-se um desafio, que pode ser perfeitamente aproveitado pela Comunicação. Diana Domingues, fala sobre a “realidade virtual” e sua conexão com as relações humanas.



Uma das questões pulsantes relacionadas à comunicação na era digital é o distanciamento que o virtual está impondo às relações humanas. Neste contexto, a realidade virtual é apontada como uma forma exacerbada de afastamento do real. Entretanto, numa perspectiva da comunicação interativa e da ciência da interface, a realidade virtual, ao propiciar experiências conectadas a mundos virtuais habitáveis que permitem a presença efetiva do homem no interior de imagens, em comportamentos que replicam e transgridem as ações do homem no mundo real, é uma realidade dentro da realidade (2006, p.79).

Raquel Recuero (2009, p. 16 a 17) inicia seu livro “Redes Sociais na Internet” relatando duas situações ocorridas no ano de 2008. Uma delas é a campanha presidencial americana entre Barack Obama e John McCain, e a sua cobertura direta, por meio do Twitter. A segunda é a catástrofe brasileira que aconteceu no mesmo ano, em Santa Catarina, e que, por meio de campanhas e informações disseminadas na internet, mobilizou muitas pessoas. Ela relata o que as duas situações têm em comum:

Esses fenômenos representam aquilo que está mudando profundamente as formas de organização, identidade, conversação e mobilização social: o advento da Comunicação Mediada pelo Computador. Essa comunicação, mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou a capacidade de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador (...). Essas redes conectam não apenas computadores, mas pessoas.

Talvez o aspecto que mais aguace a curiosidade dos usuários seja a de ser o elemento central de uma rede social, pois os atores atuam como constituintes dos laços sociais e representam as pessoas envolvidas no processo que se analisa. “Um ator, assim, pode ser representado por um *weblog*, por um *fotolog*, por um *twitter* ou mesmo por um perfil no Orkut” (RECUERO, 2009, p. 25).

A interação entre o indivíduo e seus pares, advinda das relações sociais, possibilita a criação de identidades paralelas nessas redes, onde são buscados recursos para que as pessoas possam ser vistas de maneiras diversas. As redes sociais permitem construir perfis atraentes, seja para estreitar relacionamentos pessoais ou profissionais. Por este motivo a maioria das redes sociais solicita o preenchimento de informações, das mais básicas, como nome, profissão e estado civil, até endereço, número de filhos e se o indivíduo ingere bebidas alcoólicas com frequência.

As características das redes sociais, descritas acima, refletem nos quatro valores relacionados a elas, descritos por Raquel Recuero. Segundo a autora (RECUERO, 2009, p. 108), as redes sociais permitem uma maior *visibilidade social* aos seus usuários, e,



por meio delas, são maiores as chances de a informação chegar até ele. Para ela “um dos ponto-chave da construção de redes sociais na Internet é, justamente, o fato de que os sistemas que as suportam permitem um maior controle das impressões que são emitidas e dadas, auxiliando na construção da *reputação*” (p. 109). A *popularidade* mede a audiência de determinado nó (ou nodo):

Como a audiência é mais facilmente medida na rede, é possível visualizar as conexões e as referências a um indivíduo, a popularidade é mais facilmente percebida. Trata-se de um valor relativo à posição de um ator dentro de sua rede social. Um nó mais centralizado na rede é mais popular, porque há mais pessoas conectadas a ele e, por conseguinte, esse nó poderá ter uma capacidade de influência mais forte que outros nós na mesma rede (2009, p. 111).

O último elemento trazido (p. 113), é a *autoridade*, que se refere ao poder que os nós possuem de influenciar através das redes sociais. “É uma medida da efetiva influência de um ator com relação à sua rede, juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele. (...) Autoridade é uma medida de influência, da qual se depreende a reputação”, explica a autora.

Todas essas características fazem parte de um processo de comunicação, responsáveis pela criação dos chamados “laços sociais”, denominados como “a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Ele é resultado, deste modo, da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes” (RECUERO, 2009, p. 38). Segundo a autora, “laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo e através da interação social”.

Porém, tais laços não são a garantia de interações sociais reais, já que os números de contatos existentes nas redes sociais são, na maioria das vezes, meros artifícios. Se não passam para o contato real, inúmeras são as situações em que sequer é mantido um contato pela própria rede. Alex Primo (2003, p. 62), defende que existem duas formas de interação:

[...] interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinística de estímulo e resposta.



Neste contexto, Raquel Recuero também distingue o relacionamento existente nas redes sociais, e explica a diferença entre os laços fortes e laços fracos:

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade (2009, p. 41).

Independente de como se constituem, de seus laços e interações, elementos e características, as redes sociais revolucionaram a comunicação e o relacionamento entre os indivíduos, aproximando mundos distantes e conectando informações que nunca se interligaram com tamanha facilidade. Além disso, possibilitam a mobilização social e valorizam os movimentos coletivos, fazendo que pequenas relações tomem dimensões globalizadas e com que a sociedade contemporânea seja mais conectada e esteja mais próxima da informação, não só em maior quantidade, mas também numa qualidade superior e diferenciada.

3. Redes Sociais e Jornalismo

A notícia é, sem dúvida, a matéria-prima do Jornalismo. A forma como ela é elaborada, redigida e publicada já passou por diversas transformações junto com a evolução dos meios de comunicação. O Jornalismo continua o mesmo, mas precisou acompanhar todas essas mudanças, e adaptar-se a elas de forma a manter o interesse do receptor.

Se hoje os famosos “furos de reportagem” são praticamente inexistentes, já que as informações correm em uma velocidade homérica, os jornalistas precisam, mais do que nunca, mostrar seu diferencial, que, se raramente vem da notícia mais rápida, precisa vir da qualidade dessas notícias. Para isso, nada melhor do que buscar informações onde estas não param de surgir: nas redes sociais, que propiciam a troca de informações de qualquer tipo, tendo como característica a democratização e a liberdade de expressão.

A necessidade de relacionamento fez com que as redes sociais dessem certo, pois elas permitem que os indivíduos construam uma nova imagem de si, com o objetivo de estreitar laços sociais com pessoas que possuam interesses em comum. A dúvida da veracidade dos fatos encontrados através das redes sociais é o principal



desafio dos jornalistas, que precisam saber avaliá-los, para, só depois, fazer uso desses meios.

Devido ao grande fluxo de notícias e informações que a internet oferece, faz-se importante analisar como as empresas de comunicação se integram a essas comunidades virtuais, se elas contribuem, de fato, para a realização de um Jornalismo mais eficiente, e de que forma essa contribuição pode se fazer presente.

Em seu blog, Raquel Recuero faz uma análise da relação existente entre as redes sociais e o Jornalismo, relatando que um pode contribuir para a existência do outro:

A hiperconexão pode fazer das redes sociais um espaço para o debate e a conversação. O próprio jornalismo está, também, criando um espaço de debates, fazendo com que as discussões possam acontecer no ciberespaço. Tornar o jornalismo mais dialógico, mais aberto para a sociedade (utilizando as redes como fontes, como medidas e como espaço de debates) pode ser também proveitosa para ambos. As redes podem atuar como reverberadoras das informações, pauteiras de coisas que são relevantes para as populações e como esfera de debates. A abertura para essa conversação ainda é um desafio para o jornalismo (RECUERO, 2011).

A utilização do ciberespaço como rede de informações torna-as mais instantâneas e acessíveis, e, se bem aproveitadas, podem auxiliar na execução do trabalho jornalístico:

(...) as redes sociais começam, cada vez mais, a funcionar como uma rede de informações qualificada, que filtra, recomenda, discute e qualifica a informação que circula no ciberespaço. As redes sociais parecem organizar-se como filtros, no sentido de auxiliar na organização dessas informações do ciberespaço e publicam-nas, para quem quiser ouvir/ler. Através da escolha de seus próprios gatekeepers, os demais actores vão construir uma leitura focada nas informações que lhes são importantes. Essa leitura é assim, personalizada, através da escolha de suas próprias fontes informativas (RECUERO, 2011).¹

É evidente que as mídias sociais não servem apenas como canal para divulgação de notícias, mas também como forma de interação com os públicos, busca por fontes necessárias para o desenvolvimento de trabalhos e forma de receber um *feedback* do público.

A adaptação às novas tecnologias e a utilização das redes sociais para subsidiar seu trabalho faz com que o jornalismo viva uma nova fase, em que as notícias estão cada vez mais próximas, e, por isso, necessitam ser bem aproveitadas. Aí se encontra a importância da intuição ou faro jornalístico, de buscar as melhores fontes nas redes, de

¹ Disponível em <http://www.pontomidia.com.br>.



também saber descartar as incontáveis informações errôneas e inúteis que se encontram nela e de saber como elaborar os seus trabalhos, sem perder a essência do Jornalismo.

4. As principais redes da atualidade

São inúmeras as redes sociais que se destacam na web, algumas relacionadas à música, outras a interesses profissionais, outras com fotos e por aí vai. Há espaço para tudo no mundo da internet, e é por isso que é impossível não encontrar pessoas com interesses iguais e dispostos a dividir as mais diversas experiências.

Hoje a “febre” chamada Orkut deu uma amenizada, ainda assim ele é um exemplo de rede social que deu certo no Brasil. Trata-se da criação de uma conta de email no Google, que possibilita que o indivíduo construa uma página pessoal na qual qualquer indivíduo que também possuir uma conta terá acesso. Esse perfil contará com as mais surpreendentes informações referentes à personalidade de seu dono, de nome a vídeos preferidos, de idade a gostos pessoais. O Orkut possibilita a criação de uma nova identidade e o passeio por perfis alheios. O que soa bastante atraente aos olhos de muitos.

O prazer imediato, encontrado em redes sociais como o Orkut, configura uma nova face da sociedade, líquida e desprendida do tempo e do espaço. Como relata Rosângela de Araujo Medeiros (2010, p. 152), referindo-se à hipermodernidade.

O Orkut, enquanto uma criação desta hipermodernidade, na sua faceta digital, pode ser visto como um incentivo ao efêmero, porque dispõe de recursos variados para facilitar a visita. Saber que os amigos vão receber notificação (caso não tenham desabilitado essa função) sobre a publicação de novas fotos, é um estímulo para alimentar o álbum. Por trás da praticidade que promete, incentiva a exposição e a fluidez. Quem não quer ser bem visitado, visto constantemente sob ângulos variados. Sempre ter novidades. [...] Porque o espetáculo é composto por flashes, de atualidades, da festa de algo novo, renovável, efêmero.

Já o Twitter é uma das redes de maior influência na atualidade, e tornou-se um suporte para links e informações que cabem em 140 caracteres. Nele, além da possibilidade de relacionamento com quem quer que esteja conectado, há a de perceber o que está em pauta no Brasil e no mundo, por meio dos *Trending Topics*, os tópicos



mais comentados do momento. E esse é só um exemplo de rede social que serve como ferramenta do fazer jornalístico.

O Twitter – microblog criado em 2006, por Jack Dorsey - é uma das redes sociais mais influentes nos dias de hoje, e, se bem utilizado, pode tornar-se também um suporte para notícias, e de fontes para novas pautas jornalísticas. Israel Shell, em seu livro, “A Era do Twitter”, destaca o diferencial que o microblog possui:

O twitter permite que nos comportemos online com mais proximidade do que fazemos no mundo tangível do que qualquer coisa que o tenha precedido, e encontramos vizinhos que combinam conosco. Se gostamos de falar de política, encontramos vizinhanças onde todos se preocupam apenas com esse tema. O mesmo acontece com beija-flores, culinária, esportes etc. Você pode encontrar um bairro que pode freqüentar para aprender e compartilhar coisas sobre o assunto. Essas vizinhanças são globais, porém pessoais e aconchegantes, ao mesmo tempo que expandem seu mundo (ISRAEL, 2010, p.9).

O Twitter conquistou a sua popularidade devido à facilidade na troca de mensagens, a liberdade de expressão – já que possibilita que qualquer assunto seja discutido, e a simplicidade, pois tudo começa a partir da pergunta “O que você está fazendo?”. Hoje em dia, os principais programas de TV, como reality shows, jogos esportivos, novelas diárias, campanhas políticas e premiações, são acompanhados em tempo real pelo Twitter, seja no Brasil ou do outro lado do mundo, enquanto os “twitteiros de plantão” comentam, dão palpites e geram discussões.

O microblog transformou-se em um mundo paralelo, e não só para as tientes. Atores, cantores, compositores, escritores e grandes pensadores. Todos resolveram aderir ao Twitter, e é por isso que ele é conhecido como a “Rede social das celebridades”. E não é de admirar-se, já que é um meio prático e versátil de manter-se conectado com o mundo e de aproximar-se dos fãs. Muitos preferem esclarecer boatos de sua vida pessoal através do Twitter, outros preferem usá-lo apenas para divulgação de shows e eventos. E assim eles conquistam milhões de seguidores e tem sua imagem ainda mais exposta.

Quem também vem tirando proveito do Twitter são as empresas, os canais de notícias e os órgãos públicos e privados. Hoje a relação entre as organizações e o seu público alvo é bastante trabalhada através do uso das redes sociais, e o Twitter leva ao consumidor uma forma fácil de reclamar e de elogiar os produtos dos quais fazem uso. Para Shel Israel (2010, p. 52), “além de aprimorar as percepções e as realidades dos



serviços ao cliente, ao mesmo tempo e que se reduz custos, as sugestões do Twitter estão aumentando a eficiência da empresa”.

Lilian Mara Dal Cin (2011) dos Santos frisa:

o tweet surgiu dentro da esfera cotidiana, para auxiliar amigos a se relacionarem, mas foi somente depois que ele começou a ser usado em outras esferas de atividade que passou a ser visto como tendo funcionalidade. Jornalistas logo perceberam o grande diferencial do Twitter, a velocidade, e passaram a utilizá-lo como meio de divulgação de notícias através de links, legitimando-o assim como uma prática relevante.

Da mesma forma, é uma maneira barata e eficiente de obtenção de um *feedback*. Para isto, basta saber atingir este público e criar uma relação de troca entre ambos. Segundo o autor (2010, p.50), “o Twitter torna-se um solucionador de dilemas. Ele permite que as empresas prestem atendimento aos clientes a um custo mais baixo, enquanto colhem taxas de sucesso mais altas”.

O Twitter permite que haja um excelente intercâmbio de informações com diversas redes sociais, entre elas o Facebook, em que é possível que tudo que o usuário postar no Twitter seja postado, em tempo real, na sua conta do Facebook e vice-versa.

O Facebook é considerado a maior rede social da atualidade e, segundo o mecanismo de busca “Google”, é o site mais acessado no mundo. Lançado em fevereiro de 2004, o Facebook permite que os usuários criem perfis com listas de interesses pessoais e fotos, trocando mensagens e comentários com os seus contatos. Foi criado por Mark Zuckerberg, juntamente com Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, ex-estudantes da Universidade de Harvard. Inicialmente, a adesão ao Facebook era restrita apenas aos estudantes da Universidade, mas dentro de alguns meses se expandiu a outras universidades, e a partir de 2006 passou a aceitar também estudantes secundaristas e algumas empresas.

Entre seus principais recursos estão as possibilidades de “curtir” e compartilhar links, de divulgar eventos, informar seu paradeiro ou suas ações através do recurso “status” ou de “cutucar” seus contatos – forma de interagir com os amigos, sem qualquer outra finalidade. Além disso, serve como canal direto de comunicação entre clientes de empresas e gerenciadores, possibilitando interação e entendimento entre os dois.

Seu maior diferencial em relação aos demais sites de relacionamento são os aplicativos nele instalados, que proporcionam ampla variabilidade de assuntos no site.



É bastante utilizado como complemento jornalístico, pois possui atualizações que interligam os últimos fatos ocorridos em outros sites, passando ao leitor informações seguras e rápidas. O Facebook possui tamanha importância, que gerou o filme *A Rede Social*, dirigido pelo cineasta David Finch e pelo roteirista Aaron Sorkin, narrando a história do seu fundador Mark Zuckemberg, com depoimentos de pessoas que acompanharam de perto a sua trajetória.

Apesar de todos terem nascido como formas de sociabilidade, tanto o Orkut, quanto o Twitter e o Facebook acabaram se transformando em importantes ferramentas de negócios, marketing e, inclusive, de jornalismo.

Considerações Finais

A transformação no âmbito tecnológico sugere também a evolução da comunicação, já que uma está, de certa forma, interligada à outra. Se hoje a internet é o meio de comunicação considerado mais completo, por convergir diversas mídias em um só canal, é nela que o jornalismo mais tem buscado suporte quando se trata de divulgação de notícias ou busca imediata por fontes de informação.

As redes sociais, e principalmente o Twitter e o Facebook, configuram-se como veículos quase indispensáveis para as empresas de comunicação modernas, que encontraram nessas redes a agilidade e a praticidade que em nenhum outro lugar esteve disponível.

Este estudo buscou compreender como estão ocorrendo as modificações promovidas pela relação entre redes sociais e o jornalismo, procurando perceber de que modo essas mudanças se apresentam de modo concreto nos portais de notícias, em emissoras de TV, rádio e jornal impresso e a nova face que se pode obter desse contexto para o jornalismo. Por meio da pesquisa bibliográfica apurou-se ainda uma série de reflexões em torno do assunto, cujos conceitos ainda não estão totalmente definidos, pelo fato de se estar refletindo sobre um processo em constante movimento.

É possível perceber, ao longo deste trabalho, quais os principais motivos que movem os indivíduos a identificarem-se com as redes sociais. Motivos estes que vão além da busca pelo relacionamento com quem está longe ou da informação ágil e de baixo custo, mas que supera a barreira das diferenças sociais e que permite a criação de novas identidades. Aí se encontra o encanto por essas redes, na possibilidade de



construir-se um novo eu, e de buscar, nos meios de comunicação, características que gostariam que estivessem presentes na construção de uma nova personalidade.

As redes sociais foram criadas e fizeram sucesso tão rapidamente, que as empresas, mesmo as de comunicação, não iniciaram utilizando-as da melhor forma logo de início. E isso fica claro por meio da pesquisa que foi realizada, e que evidenciou que, apesar de serem utilizadas, nem sempre seu uso é efetivo e traz respostas do público que o canal de comunicação busca atingir. É preciso saber filtrar as informações que as redes oferecem, perceber que conteúdo é atrativo ou não, interagir com os contatos, aceitar as sugestões e provar que o público pode contribuir para a programação do veículo.

Este estudo monográfico, com o fundamento de autores como Raquel Recuero (2009), ressalta o papel importantíssimo que as redes sociais possuem para o jornalismo da atualidade, sem que os veículos tradicionais percam seu espaço, mantendo a tradição e credibilidade que lhes é característico.

O estudo também confirmou a eficácia do Twitter, que difunde as notícias em uma rapidez incrível, permite interação e feedback imediatos, a divulgação de notícias, eventos, programação e promoções. E a capacidade do Facebook de modificar a forma como as pessoas se relacionam com o mundo, seus inúmeros aplicativos e a variedade de assuntos que oferece.

Por fim, analisar a relação entre o jornalismo e as redes sociais trouxe inúmeras e importantes contribuições, pois é extremamente necessário preparar-se para as transformações do jornalismo atual e para as novas contribuições que os jornalistas tem a fazer como profissionais dessa área. A sociedade está trilhando um caminho solidificado no crescimento tecnológico, e não há motivos para fugir dessa nova ordem na qual a comunicação também está inseridas.

REFERÊNCIAS

DAL CIN, Lilian Mara dos Santos. **Tweet e a esfera jornalística: gêneros digitais em foco**. Unicamp, 2011. Disponível em:

http://www.uniso.br/ead/hipertexto/anais/56_LilianDalCin.pdf. Acesso em 07 de

outubro de 2011.



DIZARD, Wilson. **A nova mídia**. 2^a ed. Nova York, Jorge Zahar Editor Ltda, 2000.

ISRAEL, Shell. **A era do Twitter**. Editora Campus-Elsevier, 2010.

LÉVY, Pierre – **O que é virtual?** São Paulo, Editora 34, 1996.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional**. Tese de Doutorado. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação em março de – UFRGS, 2003.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Editora Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. **Social Media**. Disponível em: <http://www.pontomidia.com.br>.

Acesso em 12 de novembro de 2011.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Editora Vozes, 2001.

TRIVINHO, Eugênio. **Flagelos e Horizontes do mundo em rede**. Editora Sulina, 2009.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre, RS. Editora Sulina, 2003.