



***Twitter e Facebook* como fontes jornalísticas na cobertura do incêndio da boate Kiss pela Folha de São Paulo¹**

Marcelli Alves²

RESUMO: O site de notícias Folha de São Paulo utilizou o Twitter e o Facebook como fonte na cobertura do incêndio da boate Kiss, localizada na cidade de Santa Maria, RS, em janeiro de 2013. A cobertura, com características do *Fait Divers*, definido por Barthes (1966), mostra mudanças na produção da notícia e também a busca do jornalista pelo auxílio imagético no desmembramento das notícias de tragédias para garantir um número satisfatório de acessos.

PALAVRAS-CHAVE: Folha de São Paulo; Santa Maria – RS; Redes Sociais; *Fait Divers*.

1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que às novas tecnologias impactaram a forma de se fazer jornalismo em todas as suas vertentes. E é sabido também que a consolidação da internet transformou o segmento comunicativo. O trabalho em questão analisou a cobertura do site de notícias ligado ao jornal Folha de São Paulo, disponibilizados nos endereços www.folha.uol.com.br, nos dias 27 e 28 de janeiro do ano de 2013. No período em questão, o Brasil foi destaque em noticiários em todo o mundo em função do incêndio

¹ Artigo enviado na modalidade apresentação oral

² Graduado em Jornalismo; Especialista em Imagem e Som; Doutornada em Comunicação pela UnB; Pesquisador da Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Bolsista da FAPEMA. E-mail: alves.marcelli@yahoo.com.br

em uma boate na cidade do interior do estado do Rio Grande do Sul, chamada Santa Maria. O fato que ficou conhecido também como tragédia de Santa Maria teve um número de 242 mortos. A maioria jovens estudantes da Universidade Federal da cidade.

O objetivo desse material é identificar e analisar todas as notícias relacionadas à tragédia nos dois dias de cobertura, evidenciando o jornalismo colaborativo, além da influência do *Fait Divers* para que uma imagem colaborativa amadora migre de uma rede social para se transformar em notícia. Jorge (2007) introduz no jornalismo o termo mutação, derivado da ciência biológica, para explicar mudanças na forma de escrever no ciberespaço. Para justificar a terminologia a autora trabalha com a hipótese de que a notícia, produto principal do jornalismo, é um ser vivo cujo DNA estaria na pré-história da comunicação. No seu argumento Jorge (2007) justifica que a notícia passou por toda trajetória de organismo vivo e transformou-se mais uma vez na tela eletrônica. No meio digital ela (a notícia) assume novos formatos, em discussão específica o hipertexto. O que se discute aqui seria um complemento ao pensamento acima citado. Além da discussão do híbrido, da notícia como *commodity*, percebe-se que a colaboração do leitor foi fundamental para a realização da cobertura da tragédia de Santa Maria, retratada na Folha de São Paulo, versão para internet. Ou seja, a forma como o jornalista busca a informação mudou e o conteúdo também.

A fonte deixa de ser uma pessoa para ser um perfil da rede, a imagem passa a ser utilizada em um jornal de referência subsidiada pelo seu apelo, não importando quem a produziu e nem mesmo as circunstâncias pelas quais as mesmas foram produzidas, o que passa a importar é a busca pelo aumento no número de acessos. Sobre a influência da internet no jornalismo Castells (1999) diz que a mudança é tão cultural e imaginativa quanto tecnológica e econômica. Ou seja, os avanços da ciência e tecnologia refletem em todos os segmentos da sociedade.

No decorrer do século XX, a humanidade presenciou o surgimento de diversas inovações na área da comunicação. Entre elas o telefone, o rádio, o cinema, a televisão, o computador e, por fim, a internet. Cada uma dessas inovações representou grande impacto em sua época e todas, sem exceção, continuam a existir e a exercer forte papel no cotidiano das pessoas. Ao contrário do que muitos pensavam, nenhuma suplantou totalmente a outra. Relatos da história demonstram

que às redações de jornais passaram no decorrer de suas existências por inúmeras transformações. Porém, é consenso que as grandes mudanças no jornalismo começam com a informatização das mesmas. McLuhan (1998) diz que os meios de comunicação eletrônicos integram o cotidiano das pessoas até o ponto de acabarem transformando-se, efetivamente, como extensões do homem. Isso, em função de que formam o próprio ambiente por meio do qual o homem se move e atua sob a tecnologia. Para o autor, esse ambiente é uma espécie de segunda natureza que forma o próprio homem e molda seus padrões e modos de perceber o mundo. McLuhan (1998, p. 15) entende que a era eletrônica abalou os fundamentos enraizados na experiência de mundo do homem tipográfico, pois o colocava imerso num mundo visual, áudio tátil, simultâneo e “tribalizado”, diferente do mundo linear e destribalizado, anterior a este.

A presença dos computadores, notebooks, telefones celulares, câmeras digitais, pen drives não causam mais nenhum espanto, pois, passaram a ser ferramentas corriqueiras no dia a dia, não apenas das redações, como das pessoas que não trabalham com a informação, também. As mudanças tecnológicas, além de impactarem as redações, trouxeram uma nova forma de se fazer jornalismo. Santaella (2007) diz que a distinção entre on line e off line já não existe mais, pois a partir do momento em que a web está ao alcance da mão, disponível a qualquer momento e sob qualquer pretexto – informação, comunicação, entretenimento – não faz mais sentido falar em “entrar na internet”. Sobre esse pensamento, Lage (2001, p. 155), lembra que “a informática penetrou na gestão de empresas e governos de tal forma que altera as relações sociais importantes para a mídia.” Dessa forma, ela altera não só a maneira de fazer jornalismo, mas também, a gama de informações a ser veiculada.

Machado (2003) afirma que todas as etapas do processo de produção jornalística sofreram alterações com a chegada dos computadores, especialmente com o advento da internet. Pesquisas demonstram que no Brasil o jornal Folha de São Paulo foi o primeiro a receber computadores e também o pioneiro no Brasil a integrar a redação (impresso/ online) e desenvolve um trabalho voltado a interatividade. Silva (2010) relata que essa tendência está sendo chamada de jornalismo móvel e caracteriza-se pelo uso de dispositivos portáteis digitais como celulares, smartphones, PDAs,

pendrive, notebooks, câmeras e gravadores digitais e a utilização de conexões sem fio como WiFi, WiMAX, Bluetooth, GPRS, GPS e outros. Sobre o chamado jornalismo móvel chega-se também ao chamado jornalismo colaborativo, participativo e/ou cidadão. Sabe-se que estudos sobre os mesmos são recentes.

Outing (2005) fala sobre a questão enaltecendo que o jornalismo participativo não é um conceito simples que possa ser universalmente aplicado a todas as organizações noticiosas. Sobre o assunto Castells (1999) vai além:

É um processo de transformação multidimensional que é ao mesmo tempo incluyente e excluyente em função dos valores e interesses dominantes em cada processo, em cada país e em cada organização social (CASTELLS, 1999, p. 225).

Belochio (2008, p. 3 - 4) explora o tema de outra perspectiva. Para ele, “o aparecimento de espaços colaborativos em jornais digitais demonstra a apropriação do modelo de construção de notícias a partir da contribuição de amadores, que se consolidou na cauda longa da informação”. Sobre a consequência disso o autor enaltece: “percebe-se uma ruptura que envolve parte importante da lógica comunicacional tradicionalmente seguida no jornalismo”. Kaplan e Haenlein (2010) definem mídias sociais como “um grupo de aplicações para internet construída com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0 e que permite a criação e troca de conteúdo gerado pelo utilizador (UGC)”. É a produção de conteúdo de “muitos para muitos”.

Portanto, pode-se afirmar que redes sociais são partes de mídias sociais. Entre o objeto de estudo em questão neste trabalho destacam-se o Facebook e o Twitter e como eles foram utilizados na apuração jornalística no caso da boate kiss. Podemos até dizer que aumentou a maneira de nos envolvermos com o noticiário; antes, muitos apenas comentavam em pequenas rodas; hoje, no Twitter, a roda cresce na proporção de quem acompanha as opiniões sobre os fatos noticiados, seja replicando uma informação (seguida de seu link) ou reforçando uma opinião, ou mesmo divulgando um fato como forma de disseminar a informação, principalmente aquele de última hora, ou melhor, de último minuto, própria da internet (PRADO, 2011, p. 199)

A necessidade de explorar o mundo imagético para então prender a atenção do leitor foi explícita na cobertura da tragédia na boate em Santa Maria, RS. A imagem, anterior ao jornalismo colaborativo, era sempre pensada em termos de qualidade.

Parâmetros deveriam ser seguidos na busca pela divulgação do material. O que se tem hoje é a busca pela audiência e isso não está necessariamente atrelada à qualidade da produção imagética.

2. A cobertura do caso boate Kiss, o Jornalismo colaborativo e o Fait Divers

A primeira notícia sobre a tragédia no site www.folha.uol.com.br foi publicada no dia 27, às sete horas e sete minutos. A informação foi passada de forma genérica e não continha imagens. Durante todo o dia o site em questão não publicou nenhuma notícia diferente à tragédia. Ao todo foram sessenta e três manchetes diferentes relativas ao fato. De posse do material é possível dizer que dessas mais da metade foram exibidas sem fotos. A outra metade foi dividida entre artes gráficas (do mapa da boate na cidade de Santa Maria), fotografias disponibilizadas por agências e as demais exploradas das redes sociais, especialmente do Twitter e Facebook. Sobre essa relação com a imagem recorre ao pensamento:

O fluxo incessante de imagens (televisão, vídeo, cinema) constitui o nosso meio circundante, mas, quando se trata de recordar, a fotografia fere mais fundo. A memória congela o quadro; sua unanimidade básica é a imagem isolada. Numa era sobrecarregada de informação, a fotografia oferece um modo rápido de aprender algo e uma forma compacta de memorizá-lo. A foto é como uma citação ou uma máxima ou provérbio. Cada um de nós estoca na mente, centenas de fotos, que podem ser recuperadas instantaneamente. (SONTAG, 2003, p.23).

A segunda notícia sobre o assunto foi exibida às oito horas e cinquenta e sete minutos e explorava o fato sobre uma família que chegou à Santa Maria em busca do corpo de uma jovem. A fotografia utilizada no material foi retirada da página do Facebook da vítima. Durante todo o decorrer do dia o site foi atualizando o número de mortos. Ainda pela manhã o site da Folha de São Paulo disponibilizou uma manchete que ouvia vítimas que tinham sobrevivido à tragédia. No material, a ilustração também foi retirada da página do Facebook. A busca pela imagem foi além. Às onze horas e dezenove minutos a Folha on line estampou a capa do site com a informação oficial da presidente da república Dilma Rousseff. No material, no lugar de foto, um vídeo oficial foi disponibilizado, mesclando com o texto. Sobre essa situação Lévy (1993) diz

que o texto na web é explorado de forma interativa. Ele argumenta que a chamada escrita hipertextual se aproxima da montagem de um espetáculo do que da redação convencional. Jenkins (2009) diz que esse novo texto é pautado pela narrativa transmidia por meio da quais vários conteúdos são compartilhados em plataformas integradas.

Um processo chamado “convergência de modos” está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico – sejam fios, cabos ou ondas – pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio – seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia – agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se correndo. (JENKINS, 2009, p. 37).

Voltando a análise do material, exatamente às onze horas e vinte e sete minutos uma manchete destaca: “Envie o seu relato”. A partir desse momento as postagens dos internautas passaram a integrar ainda mais o corpo dos textos posteriores e as imagens também. Logo, ao meio dia e trinta e um minutos, uma nova manchete explora: “vídeos mostram resgate após incêndio em boate no Rio Grande do Sul.” No texto, também mesclado com os vídeos, à explicação que todos os materiais audiovisuais disponibilizados foram retirados do Facebook de frequentadores da boate Kiss e mostravam o início do resgate e o desespero de quem estava no local, além de pessoas inconscientes e corpos sem vida. Sobre essa questão recorre-se ao *Fait Divers*. Para isso é necessário à busca por definições. Barthes (1966. p. 263) diz que *Fait Divers* é uma expressão francesa que significa “casos do dia”. Nessa perspectiva, pode-se dizer que no domingo, 27 de janeiro de 2013, a imprensa nacional não teve outra opção a não ser noticiar a tragédia ocorrida na cidade de Santa Maria, interior do Rio Grande do sul, na qual uma boate com o nome de Kiss pegou fogo durante um evento e teve um saldo inicial de 231 mortes chegando a 242. O que se analisa neste material não é o fato em si, mas a busca constante pelo grande número de acesso que faz com que a morte seja tratada como espetáculo e também o estímulo ao jornalismo colaborativo. O *Fait Divers* é definido por muitos autores

como integrante inseparável da imprensa sensacionalista. Barthes (1971, p. 263) complementa sobre o assunto dizendo que a terminologia é sinônimo de “informação monstruosa, análoga a todos os fatos excepcionais ou insignificantes, em resumo anônimos”. O sentido da palavra anônimo, aqui especificado pelo autor, leva a entender que são pessoas comuns que em função de um determinado assunto se transformam em personagens principais de uma notícia. O autor qualifica o *Fait Divers* de uma forma que o categoriza. Ele classifica o *Fait Divers* da causalidade e o da coincidência. O autor afirma que o *Fait Divers* da causalidade é desmembrado em causa perturbada e causa esperada. Sobre o primeiro, o autor diz que se enquadra nesse item as notícias que não apresentam o conhecimento da causa e quando uma pequena causa apresenta um efeito deveras importante.

Para o autor, o segundo item, da causa esperada, é quando se trata de causa normal, mas que tem uma ênfase em personagens dramáticos como mãe, criança e idoso. Nas subcategorias explicadas - de coincidência - Barthes (1971) apresenta o da repetição e da antítese. A primeira, segundo o autor, seria o igual, mas que passado em circunstâncias diferente perde a sua factualidade. E o da antítese que encontra perspectivas diferentes, mas são fundidas em uma única realidade.

A forma de expressão comum é o cúmulo (situação de má sorte). O *Fait Divers* é uma informação total, ou mais exatamente, imanente; ele contém em si todo seu saber: não é preciso conhecer nada do mundo para consumir um *Fait Divers*; ele não remete formalmente a nada além dele próprio; evidentemente, seu conteúdo não é estranho ao mundo: desastres, assassinios, raptos, agressões, acidentes, roubos, esquisitices, tudo isso remete ao homem, a sua história, a sua alienação, a seus fantasmas, a seus sonhos, a seus medos. (BARTHES, 1966, p. 189).

Após analisar as postagens nas redes sociais que serviram de referência (leia-se fonte) para notícias, infere-se que o *Fait Divers* esteve presente nas notícias de morte. Voltando a cobertura da Folha de São Paulo, versão para a internet, sobre o caso de morte, percebeu-se que no período da tarde as postagens nas redes sociais continuaram transformando-se em temas de manchetes. Às quatorze horas e quarenta minutos o site da Folha de São Paulo divulga a segunda manchete: “DJ posta foto de boate ‘megalotada’ antes do incêndio.” No material vinha a explicação: o DJ

conhecido como Bolinha era uma das atrações da boate kiss. O material explorava as imagens disponibilizadas pela fonte no Facebook. No decorrer da tarde outras postagens relatavam o fato com fotos de agência ou apenas artes gráficas. Na sequência, o destaque para a notícia de uma família (a mesma da postagem das oito horas e cinquenta e sete minutos) que conseguira identificar o corpo da estudante de radiologia. No material a foto da jovem, retirada também do seu perfil no Facebook. Na sequência, outros materiais traziam atualização dos fatos. No entanto, mais uma manchete trouxe como fonte as imagens divulgadas em redes sociais e dizia: “Banda que tocava usava pirotecnia”. O material que embasava a informação apresentava um vídeo divulgado no Facebook por um jovem que sobreviveu à tragédia. Na sequência outro destaque: “sanfoneiro da banda que tocava em boate no Rio Grande do Sul morreu no incêndio”. O material também trazia as imagens do jovem antes da morte, retiradas do seu perfil.

Salaverría e Negredo (2008) afirmam que a portabilidade dos dispositivos (celulares, smartphones, iPod) e as conexões disponíveis (3G, Wi-Fi, Bluetooth) reorientam a produção jornalística para a percepção de uma nova camada informacional ubíqua disponível praticamente em qualquer lugar. Complementando a ideia do autor, percebeu-se que às dezoito horas e oito minutos o site da Folha de São Paulo divulgou uma nova manchete dizendo: “veja a lista de mortos no incêndio da boate.” O leitor, ao clicar no material, conseguia abrir o texto e deparava-se com um vasto material, com os nomes das vítimas e suas respectivas fotos, retiradas de seus perfis disponíveis no Facebook. Essa página foi sendo atualizada de forma constante e cada vez mais as disponibilidades das fotos eram maiores.

Foi com essa atualização que o site disponibilizou, às vinte e três horas e vinte minutos, a última informação do dia sobre o caso: “Ao menos 101 mortos em incêndio estudavam na federal de Santa Maria.” Neste item, mais um exemplo claro da presença do *Fait Divers*. Para Meyer (1996) o *Fait Divers* é irmão xifópago do romance de jornal, a autora afirma que ele atua como um subproduto imediato da matriz folhetinesca, ou seja, um relato romanceado do real. Percebe-se que o conceito de sensacionalismo atrelado ao *Fait Divers* associado à imprensa popular comete falhas. Para Angrimani (1995, p. 16), o sensacionalismo é “tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento.”

Seria então o fato da morte das pessoas na boate Kiss não merecedora de tal tratamento sensacional ou merecedora? Uma resposta que depende de valores subjetivos e também de uma pesquisa mais aprofundada. Motivo pelo qual leva a uma reflexão ainda maior sobre as questões teóricas relacionadas ao sensacionalismo e a interpretação (que sempre será subjetiva). Sobre a imagem de corpos recorre-se a Sontag (1933):

Parece que a fome de imagens que mostram corpos em sofrimento é quase tão sôfrega quanto o desejo de imagens que mostram corpos nus. Durante muitos séculos, na arte cristã, imagens do inferno proporcionavam essa dupla satisfação elementar. Às vezes, o pretexto podia ser uma narrativa bíblica de decapitação (Holofernes, João Batista), lendas de massacres (os meninos judeus recém – nascidos, as 11 mil virgens) ou algo do tipo, mas investidos da condição de um fato histórico real e de um destino implacável. Havia também o repertório de crueldade difícil de olhar de frente, oriundas da antiguidade clássica, os mitos pagãos, mais ainda do que as histórias cristãs oferecem pratos para todos os gostos. Não há nenhuma acusação moral que recai sobre a apresentação dessas crueldades. Apenas uma provocação: você é capaz de olhar para isso? Existe a satisfação de ser capaz de olhar para imagem sem titubear. Existe o prazer de titubear. (SONTAG, 2003, p. 39)

Sontag (2003) refere-se ao sofrimento passado por meio da imagem em relação a cobertura de guerra. Situação por meio da qual é comum em uma única imagem a imagem de diversos corpos espalhados pelo chão representando as vítimas. Imagem semelhante de vídeos postados no Facebook e reproduzidos no site folha on line.

Os mortos do campo de batalha muito raramente chegam a nós, mesmo em sonhos. Vemos a lista no jornal da manhã, durante o desjejum, mas nos livramentos de sua recordação após o café. Contudo, o Sr Brady fez algo para trazer para perto de nós a terrível realidade e gravidade da guerra. Se ele não trouxe cadáveres e os espalhou no nosso jardim e pelas ruas, fez algo muito parecido [...]. Essas fotos têm uma nitidez terrível. Com a ajuda de lentes de aumento, podem-se distinguir até as feições dos homens chacinados. Gostaríamos de estar longe da galeria, quando uma das mulheres que se debruçam

sobre as fotos reconhecer o marido, um filho ou um irmão nas linhas móveis e sem vida de um dos cadáveres, que jazem prontos para as covas escancaradas. (SONTAG, 2003, p 55)

O site continuou com a cobertura do caso no dia seguinte, 28 de janeiro. Ao todo foram cinquenta e duas notícias publicadas durante o dia relacionadas ao assunto. A primeira notícia foi postada à zero hora e vinte e seis minutos e dizia “Boate no RS tinha equipamentos necessários contra incêndio, dizem advogados” e logo na sequência “Meu coração está com vocês Brasil” diz Lady Gaga. Essa reportagem trazia como única fonte de informação a declaração da cantora internacional em seu Twitter. Sobre fato, recorre-se a Prado (2011):

Podemos até dizer que aumentou a maneira de nos envolvermos com o noticiário; antes, muitos apenas comentavam em pequenas rodas; hoje, no Twitter, a roda cresce na proporção de quem acompanha as opiniões sobre os fatos noticiados, seja replicando uma informação (seguida de seu link) ou reforçando uma opinião, ou mesmo um fato como forma de disseminar a informação, aquele de última hora, ou melhor, de último minuto, própria da internet (PRADO, 2011, p. 199)

Ainda na madrugada, o site em questão recorreu às redes sociais para ilustrar o seu material. A manchete com a informação: “casal comemorava emprego em Santa Maria, só ela sobreviveu”, divulgada às quatro horas em ponto, trazia a foto do casal retirada de suas páginas no Facebook. Logo no início da manhã o site disponibilizou uma notícia baseada apenas na opinião dos leitores sobre assunto, com o título: “Leitores comentam tragédia em Santa Maria”. No material, o apelo para os internautas enviarem materiais por meio do e-mail localizado no endereço online@grupofolha.com.br.

Esse apelo vem de acordo com o pensamento do surgimento do integrante indissociável do jornalismo colaborativo, o prosumer. “O prosumer é um novo personagem no cenário da redação de um telejornal ou de uma agência de notícias. Ele é o cidadão que produz o conteúdo midiático e o envia para a redação ou agência”

(BEZERRA, COSTA, ALCÂNTARA, 2010, p.2). Durante o dia 28 de janeiro o site em questão divulgou apenas uma manchete que não estava relacionada à tragédia: “Na carona de Gangnam Style pop sul-coreano quer ganhar o mundo”. Esse material foi divulgado às dez horas e quarenta minutos. Na sequência, a tragédia estava como notícia principal. No início da tarde a manchete: “Famosos usam redes sociais para lamentar tragédia em Santa Maria”. Nesse material, as fontes utilizadas foram apenas as mensagens publicadas de famosos em suas redes sociais, destaque mais uma vez para a foto de Lady Gaga retirada do Twitter. Na sequência, outro destaque relacionado ao ciberespaço: “Google Brasil exhibe mensagem de luto”, o material trazia a imagem da página do www.google.com.br. Sobre o assunto o site em questão fecha o dia com a informação de que o delegado que cuidava do caso postou o vídeo do show pirotécnico realizado na boate kiss na sua página no Facebook. Em seguida a atualização dos mortos na tragédia. Todos com suas imagens retiradas das suas páginas no Facebook.

2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É perceptível que atualmente o web jornalismo conta com as redes sociais como auxílio à produção da notícia evidenciando uma nova relação entre quem produz a notícia e quem a consome.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores era previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstram uma declinante lealdade a rede ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, HENRY, 2009, p 47).

Em se tratando da cobertura do site www.folha.uol.com.br em relação ao incêndio na boate kiss na cidade de Santa Maria, interior do Rio Grande do Sul, pode-se dizer que o Facebook e o Twitter foram peças importantes para o sucesso dos

trabalhos. A via de mão dupla fez com que o conhecido como jornalismo colaborativo tomasse também outras proporções, ou seja, o leitor não apenas enviou o seu material ao jornal, o jornal também buscou as informações disponibilizadas na rede e as utilizou como fonte em seus materiais. O *Fait Divers*, definido por Barthes (1966), mais precisamente o da causalidade, esteve presente em todas as imagens de vídeos amadores postados em redes sociais e utilizadas pelo site em questão. De posse das informações, recorre-se a Maffesoli (1988) quando o mesmo compara o *Fait Divers* como o conto, o carnaval, o comentário. Para o autor, são por meio dos *Fait Divers* que se consegue falar sem falar da morte e da violência buscando nos seus conteúdos o principal componente para estampar as suas manchetes. É perceptível também que o leitor, telespectador passa a fazer parte da produção do material, ou seja, a busca pela repercussão e acesso faz com que jornalista e leitor se unam na produção da informação a ser divulgada no final.

3. REFERÊNCIAS

- ANGRIMANI, Sobrinho Danilo. *Espreme que sai sangue. Um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.
- BARTHES, Roland. *Ensaio Crítico*. Lisboa: Edições 70, 1971. _____. *Structure du fait divers, Essais critiques*. Paris: Seuil, 1966.
- BELOCHIO, V. *A Cauda Longa da Informação e suas Implicações no Jornalismo: Estratégias Comunicacionais, Remediação e Des-re-territorialização*. Artigo apresentado no 6º SBPJor. São Bernardo do Campo, 2008.
- BEZERRA, Ed Porto; COSTA, Thalyta Thássia Pereira da; ALCÂNTARA, Amara Alice do Nascimento. *Um estudo sobre as novas significações do perfil de um jornalista*. Anais do IV World Congress of Communication and Arts, São Paulo, 2010
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. JENKINS, H. *Cultura de convergência*. Tradução Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.
- JORGE, Thais de Mendonça. *A notícia como mutação. Estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital*. Tese de Doutorado. UNB, 2007. Disponível em http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2561.

KAPLAN, A. & HAENLEIN, M. Os usuários do mundo, uni-vos! Os desafios e oportunidades da mídia social. Negócio Horizons, Elsevier, vol. 53. Rio de Janeiro. RJ.2010

LAGE, Nilson. A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1993.

MACHADO, Elias. O ciberespaço como fonte para os jornalistas. Salvador: Calandra, 2003.

MAFFESOLI, Michel. Une Forme d'Agrégation Tribale. In: Autrement. Paris, 1988

MEYER, Marlyse. Folhetim: uma história. São Paulo: companhia das letras, 1996.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1988.

OUTING, Steven. The 11 layers of citizen journalism. St. Petersburg, Florida: Poynter Institute, 15 jun. 2005. Disponível em . Acesso em: 01 março. 2013.

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

SANTAELLA, Lúcia. Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo : Paulus, 2007.

SILVA, Fernando Firmino da. Uso de dispositivos portáteis na produção da notícia. Disponível. 2010. em: . Acesso em: 05 março, 2013.

SALAVERRÍA, Ramon; NEGREDO, Samuel. Periodismo integrado . Convergência de médios y reorganización deredacciones. Barcelona: Editorial Sol90, 2008

SONTAG, Susan, 1933. Diante da dor dos outros. São Paulo: companhia das letras, 2003. www.folha.uol.com.br. Acesso em 27, 28 de janeiro de 2013. www.google.com.br. Acesso em 28 de janeiro de 2013.