

## **O USO DAS REDES SOCIAIS PELO GOVERNO DE RORAIMA COMO FERRAMENTA NA PRÁTICA JORNALÍSTICA**

The use of social networks by the government of Roraima as a tool in journalistic practice

El uso de las redes sociales por el gobierno de Roraima como herramienta en la práctica periodística

**Vilso Junior Santi**<sup>1</sup>

**Wesley Oliveira da Luz**<sup>2, 3</sup>

### **RESUMO**

O presente estudo teve como objetivo analisar as matérias postadas na rede social Facebook pelo Governo do Estado de Roraima que viraram pauta no Portal FolhaWeb, no período de 1º de janeiro a 30 de junho de 2015. O estudo mostra até que ponto o uso do Facebook pelo Governo de Roraima pode ser considerado uma ferramenta na prática jornalística. Com o trabalho foi possível realizar entrevistas e questionários com os jornalistas, editores da FolhaWeb e da SECOM para coletar dados e compreender como se dá o processo de construção das notícias e a relação entre ambos os organismos de mídia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Redes Sociais; Facebook; Prática Jornalística; Seleção das Notícias.

<sup>1</sup> Graduado em Comunicação Social/ Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas; Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria e Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Foi coordenador do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo e, atualmente, é Diretor do Centro de Comunicação, Letras e Artes Visuais da Universidade Federal de Roraima. E-mail: [vjsanti@gmail.com](mailto:vjsanti@gmail.com).

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social/ Jornalismo pela Universidade Federal de Roraima. E-mail: [wesleyufr@gmail.com](mailto:wesleyufr@gmail.com).

<sup>3</sup> Endereço de contato dos autores (por correio): Universidade Federal de Roraima, Reitoria, Centro de Comunicação, Letras e Artes - CCLA. Avenida Capitão Ene Garcez, 2413 - Bloco I - Sala 100, Aeroporto, CEP: 69304000 - Boa Vista, RR - Brasil.



## **ABSTRACT**

This study aimed to analyze the articles posted on the social network Facebook by the Government of the State of Roraima that became agenda in the Portal FolhaWeb, from January 1 to June 30, 2015. The study shows the extent to which the use of Facebook by the Government of Roraima can be considered a tool in journalistic practice. Through the work it was possible to conduct interviews and questionnaires with journalists, FolhaWeb and SECOM editors to collect data and to understand how the news-building process and the relationship between both media organizations take place.

**KEYWORDS:** Social Networks; Facebook; Journalistic Practice; Selection of News.

## **RESUMEN**

El presente estudio tuvo como objetivo analizar las materias colocadas en la red social Facebook por el Gobierno del Estado de Roraima que se convirtieron en noticias en el Portal FolhaWeb del 1 de enero al 30 de junio de 2015. El estudio muestra hasta qué punto el uso de Facebook por el Gobierno de Roraima puede ser considerado una herramienta en la práctica periodística. Con el trabajo fue posible realizar entrevistas y cuestionarios con los periodistas, editores de FolhaWeb y de la SECOM para recoger datos y comprender cómo se da el proceso de construcción de las noticias y la relación entre ambos organismos de medios.

**PALABRAS CLAVE:** Redes Sociales; Facebook; Práctica periodística; Selección de las Noticias.

Recebido em: 01.07.2018. Aceito em: 12.08.2017. Publicado em: 29.08.2017.

## **Estado, Política e Comunicação Pública**

Para compreendermos melhor como funciona estrutura da Secretaria de Comunicação do Governo de Roraima (SECOM) daremos início aos estudos sobre a relação entre política, estado e assessoria no âmbito da comunicação pública.

Para Duarte (2007, p. 2), “o Estado [...] é compreendido como o conjunto das instituições ligadas ao Executivo, Legislativo e Judiciário, incluindo empresas públicas, institutos, agências reguladoras, área militar e não deve ser confundido com governo”. Estado é constituído pelos três poderes, como destacou o autor. Deste modo podemos compreender que o Estado é uma instituição pública organizada detentora do poder, e que tem como característica o domínio e imposição da obediência sobre a população.

No Brasil, após a Constituição de 1988, os territórios federais de Roraima e Amapá foram de fato transformados em Estados da Federação. Segundo Santos (2010, p. 324) “no dia 05 de outubro deste

mesmo ano foi promulgada a Carta Magna e, em obediência do ao Art. 14 das Disposições Constituintes Territoriais, esses territórios foram elevados à categoria de Estado”. Este momento representou um fato importante para o desenvolvimento econômico e político do recém-criado Estado de Roraima, além de ampliar o entendimento sobre a estrutura organizacional e as funções do Estado no âmbito local.

Depois de sua criação, já no início dos anos 1990, o Estado de Roraima passou a ter bases legais que asseguram o acesso à informação. De acordo com Lima (2012, p. 30) “o processo comunicacional dentro do espaço supostamente democrático leva em consideração os interesses dos cidadãos”. Diante dessa colocação podemos perceber que o Estado, inclusive o Estado de Roraima, é responsável pela política de comunicação voltada para o povo. Cabe então, nesse contexto, ressaltar que grande parte dos cidadãos desconhece seus direitos à informação, que estão assegurado na Constituição Estadual:

Na Constituição do Estado de Roraima (1991), no Título VII que trata da Ordem Social, um único Artigo, o de número 184, norteia as preocupações e obrigações do Estado com a Comunicação Social, subdividido em três incisos: I. Democratização do acesso às informações; II. Pluralismo e multiplicidade das fontes de informações; e III. Visão pedagógica dos órgãos e entidades públicas de comunicação (LIMA, 2012, p. 32).

Já a dimensão social da política é representada pelo homem como forma de domínio no meio em que está inserido. Ela não é puramente acidental, mas sim parte integrante da essência do humano. Arendt (1999, p. 07) diz que a política se baseia na pluralidade dos homens, os quais, por sua vez, são um produto mundano. Portanto a política é produto da "natureza humana". Diante desta colocação é possível notar que o homem não nasce um ser político, mas está condicionado a mudanças perante a sociedade por estar predisposto à socialização.

A política é então uma condição humana e que está presente no dia-a-dia das pessoas. Segundo Castro (2004, p. 54), "ela pode ser considerada, geralmente como conhecimento, arte e técnica. Como

tudo o que se relaciona com os Governos em suas relações internas e externas". A política está também relacionada a uma questão de poder e de controle social. Castro (2004, p. 37) define controle social como:

Um conjunto de dispositivos sociais – usos, costumes, leis, instituições, sanções – que objetivam a integração social dos indivíduos o estabelecimento da ordem, a preservação da estrutura social alicerçados nos valores e expresso na imposição de vontade dos líderes, da classe dominante ou do consenso grupal.

Outro debate mais recente, não inserido na discussão política pelo autor, é a interação grupal mediada na internet através das redes sociais. E que proporciona, segundo Munaro (2009, p. 05), inúmeras possibilidades de relacionamento entre novos indivíduos pelo desenvolvimento de "comunidades políticas imaginadas". Conforme o autor este tipo de organização,

[...] vem atravessando um período de aceleração crescente com o surgimento da Internet e, com ela, a possibilidade de criação de grupos sem fronteiras territoriais definidas, baseados, sobretudo numa certa unidade doutrinária e política, o que põe em questão alguns dos poderes ideológicos verticais que agem sobre a sociedade (MUNARO, 2009, p. 05).

Para Munaro (2009) a base de formação desses grupos sociais tem sua própria idealização política, no qual estão inseridas na sociedade. Neles existem leis e regras, padrões e valores a serem cumpridas. Na esfera pública, poder e domínio sobre esses conjuntos de dispositivos sociais são exercidos pelo governo, no entanto, é preciso oferecer políticas públicas voltadas para os cidadãos através da comunicação pública.

### **Comunicação Pública e Assessoria de Comunicação**

A comunicação pública é vista por alguns autores como comunicação política ou comunicação governamental. Matos (2006, p. 69) coloca dentro da discussão sobre comunicação pública que "a abordagem competitiva da comunicação política se apoia no embate para influenciar e controlar, pela mídia, as percepções públicas dos acontecimentos políticos que estão em jogo". Nas palavras da autora, fica evidente a possibilidade de o Estado usar a comunicação pública como instrumento para ter o controle político e social da população dando-lhes

as informações que lhes sejam convenientes.

Entretanto, é possível perceber também que existem várias outras concepções sobre comunicação política, debates que envolvem por exemplo o direito a informação e o acesso a documentos públicos.

Para Duarte (2007, p. 03), a comunicação política trata do discurso e ação de governos, partidos e seus agentes na conquista da opinião pública em relação a ideias ou atividades que tenham a ver com poder político, relacionado ou não a eleições.

Do ponto de vista legal, a comunicação pública pode ser observada também como o direito à publicidade. Estão previstos no Art. 37 da Constituição Federal, os princípios legais que preveem tornar público o que é de interesse público, assegurados os conhecimentos e controles pelos interessados diretos e pelo povo em geral.

Conforme Duarte (2007, p. 02) a comunicação pública ocupa-se então da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e

expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo.

Em tese, desta forma o cidadão passaria a ter acesso às informações públicas referentes aquilo que é de seu interesse. E cabe ao Estado tornar público atos e decisões administrativas. Mas, nem sempre as decisões tomadas pelo governo agradam a população e a mídia local. Que, de certo modo, atua supostamente em defesa do povo, “como cão de guarda”.

Neste sentido, baseados nos preceitos estabelecidos pela Constituição de 1988, o direito à informação faz parte da comunicação pública, a qual deve ser transparente e voltada para a população conforme nos garante o Art. 220: “[...] A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição”.

Conforme Duarte (2007, p. 3), comunicação pública diz respeito então,

[...] à interação e ao fluxo de informações relacionadas a temas de interesse coletivo. O campo da comunicação pública inclui tudo que diga respeito ao aparato estatal, às ações governamentais, partidos políticos, terceiro setor e, em certas circunstâncias, às ações privadas.

No entanto, para compreender melhor sobre assessoria de comunicação é necessário entender a diferença entre assessoria de imprensa e assessoria de comunicação, e assim expor suas características e atribuições. Duarte (2011, p. 51) conceitua assessoria de imprensa como “a gestão do relacionamento e do fluxo de informação entre fonte de informação e imprensa”, que busca essencialmente atender às demandas por informação relacionadas a uma organização ou fonte em particular.

O Manual da FENAJ (2007) diz, porém, que assessoria de imprensa são: “[...] o serviço prestado às instituições públicas e privadas, que se concentram no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para os veículos de comunicação em geral.

Para Chinem (2003, p. 22) a assessoria de imprensa está dentro do negócio maior da comunicação. Já

Ferraretto (2009, p. 12) dizem que “assessoria de imprensa seria uma área de atuação dentro da assessoria de comunicação”.

Entende-se nas palavras dos autores que a assessoria de imprensa é composta por profissionais capacitados para atuar na interação pessoal do órgão assessorado com seu público. E com isso, satisfazer o interesse coletivo, como também gerir boas relações com as mídias e seu público alvo.

Nesse sentido, assessoria de comunicação é de certa forma a designação dada ao conjunto de atividades e técnicas voltadas para a comunicação dentro de uma empresa ou instituição. E esse conjunto é de fato muito importante para o sucesso na estratégia política dentro das instituições públicas e privadas como: ONGs, governos, prefeituras e empresas.

### **Assessoria de Comunicação no Governo de Roraima**

Após a Constituição de 1988, os então territórios federais de Roraima e do

Amapá foram transformados em Estados da Federação. Santos (2010, p. 324) relata que em Roraima “no dia 05 de outubro deste mesmo ano foi promulgado da Carta Magna e, em obediência do ao Art. 14 das disposições constituintes territoriais, esses Territórios foram elevados à categoria de Estado”.

Em consequência das mudanças estabelecidas pela nova condição, foram tomadas algumas medidas para organização básica do poder executivo de Roraima. Freitas (2001) apud Souza (2013, p. 32), explica que “com a extinção da estrutura administrativa do Território Federal o novo Governador precisava nomear todo o seu secretariado, o que ocorreu no mesmo dia da sua posse”. A nomeação ocorreu por meio de uma medida provisória, convertida na Lei nº 001 de 26/01/1991 que criou a estrutura do Poder Executivo do Estado de Roraima.

Porém, observa-se que no período anterior a promulgação da Lei nº 001/1991, que regulamentaria a estrutura do Governo de Roraima, o Estado ainda não dispunha de uma base para a pasta de Comunicação dentro da organização

do poder executivo estadual. Somente após a promulgação desta lei é que foi possível criar as dez pastas que passaram a compor o aparato estatal roraimense.

Entretanto, apenas no ano de 1993 (dois anos mais tarde) é que foi votada a Lei nº 043 de 13/07/1993, que regulamentou a organização da Coordenadoria da Comunicação Social do Governo do Estado de Roraima, conforme descrito por Souza (2013).

No início, a Coordenadoria de Comunicação Social do Estado de Roraima dispunha de um orçamento considerado pequeno, em relação às demais pastas. Porém, ao longo de mais de 25 anos, a estrutura de Comunicação Social dentro do Governo de Roraima passou por várias transformações – físicas, financeiras e de pessoal.

Souza (2013, p. 34), relata que com o concurso público realizado em 2003, no governo de Flamarion Portela, houve pela primeira vez a contratação de profissionais específicos na área de comunicação, porém áreas como a publicidade e propaganda ainda permaneceram sem vagas.

Apesar das mudanças ocorridas foi somente em 2007, durante o governo de José de Anchieta Júnior, é que a Coordenadoria de Comunicação passou a ser de fato uma Secretaria dentro da estrutura organizacional do Governo, através do decreto 13.673-E/2012 (SOUZA, 2013).

Atualmente, já na gestão Governadora Suely Campos e da Secretária de Comunicação Maria Aparecida de Lacerda, a SECOM continua a passar por algumas mudanças estruturais. Sua sede foi localizada no Palácio Senador Hélio Campos, na Praça do Centro Cívico no centro da capital Boa Vista, mas, conforme Gomes (2015)<sup>4</sup>, a estrutura física da mesma continua inadequada.

Assumimos a SECOM com falta de equipamentos básicos de trabalho como câmeras e sem ilha de edição. Com equipamentos sucateados! A aquisição desses materiais está em fase de licitação. O retrato do abandono do governo encontrado por essa gestão em janeiro de 2015 também se reflete na SECOM (GOMES, 2015).

---

<sup>4</sup> Entrevista realizada pelo autor com a Secretária Adjunta de Comunicação do Estado de Roraima, Loide Gomes.



Observando a estrutura montada pela a atual equipe de comunicação do governo de Roraima, a SECOM hoje atua de forma centralizada, ou seja, todos os assuntos envolvendo o Governo de Roraima passam pelo departamento jornalístico da Secretaria. No entanto, este sistema de fluxo também estava para ser mudado, com cada organismo do governo assumindo a responsabilidade da divulgação de suas ações. Com isso a Secretaria de Comunicação ficaria responsável apenas por dar publicidade as ações do vinculadas ao Gabinete da Governadora.

### **O Governo de Roraima e o uso das Redes Sociais Digitais**

O uso mídias sociais digitais como ferramenta de comunicação pelo Governo de Roraima é uma realidade que pode ser observada em sua página mantida na rede social Facebook. Ikemoto (2013, p. 12), define as redes sociais digitais como [...] "sites, portais virtuais, em que pessoas interagem entre si através de textos, imagens, vídeos, trocando ideias,

discutindo, conversando, se comunicando".

Diante dessa nova realidade empresas, órgãos e instituições passam a utilizar novas tecnologias, plataformas e meios midiáticos digitais para a disseminação de notícias e produção de conteúdo informativo sobre suas ações na internet. Com essa possibilidade de apropriação das novas tecnologias, as mídias sociais digitais cada vez mais são usadas como instrumento ou ferramenta de comunicação direta, rápida e eficiente.

Considerando a colocação acima é possível firmar que, além de proporcionar mais facilidade, agilidade e interatividade dentro das redações e assessorias, as redes sociais hoje têm alto poder de alcance e são instrumentos importantes para promover a imagem de qualquer usuário – inclusive dos governos.

No Governo de Roraima o processo de digitalização da informação começou com o lançamento, ainda em 2006, no Governo de Ottomar Pinto, do Portal de Notícia do Governo de Roraima

([www.portal.rr.br](http://www.portal.rr.br))<sup>5</sup>. Conforme Lima (2012), a página surge como uma ferramenta para estimular a participação da população e melhorar a relação como povo com o Governo:

No caso específico da página do Governo de Roraima, comparando-o com o período em que não havia o Portal, há mais oportunidade para efetivar a relação entre governo e cidadão, a partir dos formulários de serviços oferecidos pelas plataformas virtuais, como exemplo, emissão de documentos e consultas ao banco de leis (LIMA 2012, p. 49).

Hoje, de certa forma, o uso democrático das novas plataformas como ferramentas tecnológicas, facilitou o acesso à internet e às redes sociais digitais de modo que esta passou a ser uma realidade presente dentro das redações e assessorias de comunicação. Oliveira (2014, p. 27) ressalta que “as redes sociais são uma ferramenta fundamental para os profissionais da área, inclusive os assessores de comunicação, que buscam a melhor forma traduzir as informações da empresa/órgão e divulgar esses trabalhos à sociedade em geral”.

Outros autores colocam também que o uso das redes sociais não é específico para a prática do jornalismo, mas elas podem perfeitamente ser adaptadas para dar cabo dessa importante tarefa. Como destaca Zago (2012, p. 51), “[...] embora as redes sociais não sejam voltadas especificamente para as práticas jornalísticas, sua interface pode ser apropriada por seus usuários para o jornalismo”.

Conforme Souza (2013, p. 04), as redes sociais possibilitam uma constante atualização, disseminação de informação e conteúdo na internet. Para a autora “[...] no contexto das mídias sociais, o Facebook posiciona-se como a rede social mais acessada e badalada atualmente. Usuários, empresas, e grande maioria já possuem perfil com diversas finalidades”.

Observando a popularidade do Facebook, foi possível perceber que a rede social se tornou uma ferramenta capaz adaptar-se ao meio social, inclusive no meio jornalístico, principalmente pela capacidade de suportar outros recursos midiáticos.

---

<sup>5</sup> Portal do servidor do Estado de Roraima localizado no endereço - [www.portal.rr.br](http://www.portal.rr.br)

## **O Webjornalismo, as Mídias Sociais e o Grupo Folha**

O objetivo desse tópico é discutir o fazer jornalístico na web e o surgimento de novas tecnologias de mídias sociais como ferramentas de comunicação disponíveis às organizações de mídia, às empresas, aos governos e aos próprios cidadãos comuns.

Os jornalistas, assim como qualquer cidadão, fazem uso dessa nova ferramenta e cada vez mais a incorporam na prática jornalística. Tais profissionais pretendem com isso, dinamizar as relações, com a aproximação das fontes junto as empresas que representam ou a aproximação dos cidadãos junto ao governo que assessoram.

No entanto, Pereira (2013, p. 34) lembra que: “[...] com notícias abundantes, no espaço virtual, é necessário aos repórteres enriquecerem seus conhecimentos técnicos para dar mais consistência aos seus trabalhos”. Neste sentido é preciso conhecer a fundo as características fundamentais no Webjornalismo e qual seu potencial de contribuição para o aprimoramento da

produção jornalística em tempos de redes sociais digitais.

Segundo Palácios (2002) o jornalismo desenvolvido na web é composto por seis características principais: Multimedialidade ou Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização, Memória e Instantaneidade. Dominar essas características é, portanto, fundamental para realização de um bom trabalho jornalístico em tempos de plataformas digitais.

Observando as possibilidades acerca do Webjornalismo nota-se que nesse ambiente o uso das redes sociais digitais abre o caminho para o profissional de jornalismo utilizar essas ferramentas para potencializar a sua prática. As redes sociais digitais estão invadindo as redações e as assessorias de comunicação públicas e privadas. Com elas o profissional de Jornalismo passa a contar com uma ferramenta de grande utilidade e de alta complexidade para auxiliar nas suas tarefas produtivas cotidianas.

Zago (2012, p. 51) explica que:



ISSN nº 2526-8031

Vol. 1, n. 2, Mai-Ago. 2017

Embora não voltada especificamente para as práticas jornalísticas, a interface de um site de redes sociais pode ser apropriada por seus usuários para o jornalismo. O uso pode se dar tanto para postar notícias e chamadas para notícias (acompanhadas ou não de links) como também para auxiliar nas demais etapas do processo jornalístico (como ao servir de fonte, na apuração, etc).

Desse modo, amparado pelas novas tecnologias ao profissional jornalista pode trabalhar e acompanhar paralelamente tudo que acontece quando estiver fora da empresa, com seu com seu Notebook, Smartfone ou Tablet. Isso dá respaldo para novas formas de fazer o seu trabalho e também ajuda na configuração de outras formas de relacionamento entre as assessorias de comunicação e os órgãos tradicionais de imprensa.

### **O Grupo Folha e a FolhaWeb**

Historicamente o Grupo Folha é conhecido como o mais antigo grupo de comunicação de Boa Vista, já que edita o jornal mais antigo que está em circulação na capital de Roraima. Apesar das dificuldades por que passou, hoje, o Jornal está consolidado no mercado local.

Inicialmente, a ideia de quatro jornalistas, Fernando Estrella, Cosette Spíndola, Sandra Tarcitano e Cícero Cruz Pessoa, reunidos numa mesa de bar, era montar um jornal independente na cidade, desvinculado de qualquer grupo político. Porém, como todas as empresas, o Jornal também passou por dificuldades no início, principalmente financeiras – com a falta equipamentos adequados, os profissionais muitas vezes recorriam a trabalhos manuais para fechar as edições.

Quando o Jornal adquiriu os equipamentos, segundo Silva (2014, p. 44), na empresa não havia profissional capacitado para manuseá-los e foi necessário investir em capacitação técnica trazendo pessoas de outros estados:

Ninguém tinha experiência em gráfica, nossa experiência era muito superficial; não tínhamos experiência também, na produção de jornal em si, do dia-a-dia. Chegamos a trazer uma equipe completa de fora para ensinar o pessoal a mexer com o jornalismo, com a máquina (SILVA, 2014, p. 44).

O projeto inicial previa a circulação diária do Jornal, mas devido às dificuldades, o mesmo passou a circular apenas três vezes por semana. Já nos

primeiros anos de atividade, para não fechar as portas devido às dificuldades financeiras, um dos sócios decidiu vender sua parte na empresa. Foi assim que em 1998, parte das ações foram adquiridas pelo ex-governador do Território Getúlio Cruz, também com o compromisso de reestruturar financeiramente o Jornal. Conforme Silva (2014, p. 45), "Getúlio impôs um novo estilo ao jornal, que voltou a circular três vezes por semana, dispensando parte dos funcionários".

No entanto, o problema financeiro continuou a afetar a empresa e em uma reunião Getúlio Cruz anuncia que vai fechar o Jornal, coisa que não aconteceu. No mesmo ano em que foi comprado por Getúlio Cruz, o Jornal passou ainda por outras mudanças. Em 1998, o jornal disponibilizou a sua primeira edição na internet, através do <www.folhabv.com.br>, mas foi somente em 31 de outubro de 2005, com o lançamento de uma nova versão online da FolhaWeb – mais arrojada e com atualizações contínuas, que ficou consolidado o Grupo Folha.

Mesmo após mais de dez anos de sua criação, o portal FolhaWeb ainda não tinha se firmado como site de notícias. Somente com os investimentos realizados na parte estrutural do site e na melhoria da internet no Estado que o jornal deu uma guinada. Conforme Silva (2014, p. 47),

Getúlio Cruz destacou que o investimento no parque gráfico possibilitou que a empresa tivesse uma maior expansão, abrangendo quase 90% de leitores em todo o Estado. Hoje, a tiragem diária da Folha é de 12 mil jornais e ela já chega aos 15 municípios de Roraima. Com relação aos projetos futuros, Cruz anunciou que, em 2007, o jornal teria capas coloridas, pois, até então, ainda circulava só com duas cores, e também a FolhaWeb teria um maior investimento.

Segundo a editora Carolina Teixeira (2015)<sup>6</sup> o site foi criado em outubro de 1998, tendo em vista a evolução nacional da Internet e a visão de futura da empresa. "Tivemos a ideia de criar um site e assim colocar as notícias que veiculávamos no impresso. Fomos o primeiro site da região Norte a oferecer esse tipo de serviço e por vários anos

---

<sup>6</sup> Entrevista realizada pelo autor com a Editora Chefe do site jornalístico FolhaWeb, Carolina Teixeira.

ganhamos o prêmio Ibest de acessos e qualidade”.

Em 2005, o Jornal FolhaWeb de fato veio a se consolidar, a partir daí o site foi passando por constantes adaptações, pois assim como no caso do impresso, não tinha profissionais qualificados à disposição no início de suas atividades.

Carolina Teixeira (2015) ressalta que:

Um dos motivos para essa demorada transição foi a questão da falta de internet de qualidade no Estado, pois a rede “Banda Larga”, se efetivou em Roraima apenas em 2009. Além da informação, o Grupo busca também a interação com o público leitor, através de e-mails e comentários nas matérias.

Teixeira (2015) acredita que a página é importante para o jornalismo local e para a população, pois boa parte das denúncias, assim que são veiculadas na página, se tornam pautas em vários meios de comunicação. Além disso ela diz que é bom para a população ver seus anseios em várias mídias e sendo atendido o mais rápido possível.

Atualmente o Grupo Folha mantém então duas versões do seu jornal: a impressa e a on-line. No impresso o jornal Folha de Boa Vista circula na cidade

com dois cadernos (A e B) e com as seguintes editorias: Polícia, Esportes, Política, Cidade, Variedade/Cultura e Opinião. Já o site possui cinco editorias e conta com seis pessoas responsáveis pela atualização da página e um total de 10 funcionários.

A editora da FolhaWeb Carolina Teixeira (2015) disse ainda que, “financeiramente, a empresa vai bem e se sustenta basicamente através de vendas de mídias”. Em relação à linha editorial do site, ela destacou que atualmente cerca de 80% das pautas são determinadas pelos leitores, através de métodos criados pela empresa – isso, porém, parece não ser regra quando a pauta são as ações do Governo do Estado de Roraima.

### **Análise das Formas de Produção e das Matérias Coletadas**

Esta seção mostra de que forma se dá a correlação entre as publicações realizadas pelo portal FolhaWeb e pela conta do Facebook do Governo do Estado



ISSN nº 2526-8031

Vol. 1, n. 2, Mai-Ago. 2017

de Roraima. Foi aplicada no estudo a observação participante, através do acompanhamento das publicações realizadas a partir do dia 01 de janeiro até o dia 30 de Junho 2015.

O estudo foi realizado pela necessidade de investigar se de fato existe correlação entre os conteúdos publicados pelo Facebook do Governo e as matérias veiculadas pela FolhaWeb. Para isso foi analisada uma matéria de cada mês referente ao primeiro semestre de 2015 – os seis primeiros meses do governo Suely Campos.

Esse período foi considerado pela gestão que assumiu o Governo como muito conturbado. Segundo eles o Estado estava endividado, quebrado e cheio de dividas deixadas pela gestão anterior do ex-governador José de Anchieta Júnior. Esse princípio de governo também foi muito polêmico, com várias denúncias sobre nepotismo, abandono da saúde, da segurança pública, ilegalidades na contratação de empresas, contratos milionários, suspensão do Crédito Social, greve na enfermagem, greve dos professores etc. basicamente foram esses

acontecimentos e ações d que se tornaram pautas no jornalismo local.

Levando em consideração esses acontecimentos realizamos as análises das formas de produção jornalísticas utilizadas tanto pela FolhaWeb, quanto pelo Governo do estado de Roraima, via SECOM. Assim buscamos conhecer como se dá todo esse processo de produção e intercâmbio de notícias.

Posteriormente analisamos as matérias que foram coletadas durante o período proposto na pesquisa. As matérias e releases escolhidos foram aqueles utilizados pela FolhaWeb como fonte. Por fim, analisamos a repercussão das matérias e releases, como forma de entender como o leitor reage acerca de tais publicações.

Em relação ao processo de produção das notícias da Secretaria Estadual de Comunicação, órgão responsável pela produção de conteúdo sobre o Governo de Roraima, constatamos que a SECOM produz matérias e releases que são publicadas na página oficial do Governo no Facebook. As mesmas

matérias também são enviadas para as empresas de comunicação locais.

Todas as demandas jornalísticas referentes ao Governo de Roraima passam pela Secretaria de Comunicação do Estado antes de serem publicadas nos canais oficiais ou veiculadas nos meios de comunicação existentes. De acordo com Gomes (2015) a jornalista Sebastiana Brasão de Lima, que atualmente é a responsável direta pelo departamento de jornalismo da SECOM é quem faz esse trabalho de mediação:

O departamento de jornalismo presta toda a assessoria aos secretários e agentes do Governo e da administração direta e indireta. É responsável pela produção jornalística do Governo (releases, videoreleases, radioreleases, notas, comunicados etc.). Cuida, ainda, das mídias sociais do Governo, tanto na produção de conteúdo, postagem desse conteúdo, como no monitoramento de comentários, denúncias, reclamações e sugestões (GOMES, 2015).

Martins (2016), no entanto, relatou que o Governo passou a utilizar as redes sociais como instrumento político em 2012, ainda no Governo de José de Anchieta Júnior: "Inicialmente com o Facebook, mas também utilizamos outras redes sociais como o Instagram, com fotos

e pequenos textos. O Twitter com fotos e uma pequena chamada e o Youtube com videoreleases".

Conforme Martins (2016)<sup>7</sup> as redes sociais proporcionam um contato mais próximo com a população, o que facilita a comunicação para o Governo para o povo. Segundo ela as redes são utilizadas como plataformas para a divulgação das notícias produzidas pela SECOM.

Quando fala do sistema de produção de notícias Martins (2016) esclarece que os releases são produzidos de forma única pela SECOM, depois são enviados para a imprensa e divulgados no Portal de Notícias do Governo. "[...] em seguida, puxamos o link do portal para o Facebook e para as redes sociais".

Segundo Gomes (2015) as ações pautadas pelo jornalismo da SECOM levam em conta os critérios de noticiabilidade no processo de seleção das notícias com relevância social para o cidadão. No Facebook, nas páginas públicas, não são possíveis a publicações de anúncios publicitários referentes a

---

<sup>7</sup> Entrevista realizada pelo autor com a responsável pelas redes sociais do Governo do estado de Roraima, Rosi Martins.



marcas comerciais. A página do Governo possui, no entanto, seções de fotos e vídeo como opção para o navegante acompanhar publicações mais antigas.

Já o site FolhaWeb traz em seu layout na parte superior esquerda seu slogan e logo abaixo às Seções: Colunas, Blogs, Cidade, Esporte, Polícia, Política, Variedade, Grupo Folha, Expediente e Contato.

No processo de produção de notícias feito pela FolhaWeb, conforme Teixeira (2015) são adotados os valores-notícia. Teixeira (2015) diz que a linha editorial do Jornal toma como base no leitor, como sua a principal fonte de pauta. “E isso se dá através da participação do webleitor com sugestões, denúncias e comentários”. Porém percebemos que não são apenas as sugestões dos leitores que são tomadas como fonte de informação utilizada pela empresa, pois ainda existe o processo natural de construção e apuração das notícias além do aproveitamento do material enviado pelas assessorias de comunicação.

Segundo Teixeira (2015) a Folhawebsite adota ainda outras técnicas no processo de produção das notícias “as pautas são recebidas por email, em forma de releases, por denúncia de leitores que procuram a redação ou ainda pesquisadas por repórteres ou informadas em grupos de whatsapp”.

Deste modo podemos perceber que a participação do público leitor é muito importante dentro do processo de construção das notícias na FolhaWeb. Além disso, o jornal faz uso das redes sociais como fontes produtoras e divulgadoras de conteúdo jornalístico. Deste modo, dentro do webjornalismo, a instantaneidade é uma das características fundamentais que exerce influência sobre os critérios de seleção das matérias no portal de notícias FolhaWeb.

### **Análises das Matérias Coletadas**

A FolhaWeb é um site de notícias que pertence ao Grupo Folha de Comunicação e tem a característica comercial. Já a SECOM, órgão da administração pública, utiliza o Facebook

para divulgar as ações do Governo Estado de Roraima. Neste trabalho acompanhamos as matérias postadas pela SECOM em sua página no Facebook e que tiveram repercussão na FolhaWeb, no primeiro semestre de 2015.

Neste mesmo período as postagens realizadas na Fanpage do Governo do Estado no Facebook geralmente eram postagens pequenas em forma de releases que possuem um link que remete o webleitor ao Portal do Servidor, no endereço <portal.rr.gov.br>, onde pode acessar a matéria na íntegra

Para facilitar a análise delimitamos a observação às matérias repercutidas pela FolhaWeb em sua editoria de Política – “editoria com notícias relacionadas aos acontecimentos políticos no Brasil e em Roraima”. Analisamos todas as matérias relacionadas à Política da capital Boa Vista e também dos municípios do interior de Roraima publicadas no site da FolhaWeb.

Observamos que a editoria de Política traz uma média de 23.5 matérias publicadas por semana, conforme Tabela 1.

**Tabela 1** - Matérias publicadas na editoria de política do site FolhaWeb

Mês	Governo	PMBV	Câmara	ALE	Justiça	Economia	PolíticaN	Municípios	Total
Jan	51	04	07	16	08	06	04	01	97
Fev	25	08	13	20	07	04	06	02	85
Mar	26	01	08	23	15	03	07	01	84
Abr	29	03	09	09	08	01	16	06	81
Mai	20	02	24	13	20	04	17	09	109
Jun	29	06	03	13	08	03	10	03	75

Fonte: Elaboração do autor.

Em de janeiro de 2015 o site postou o total de 97 matérias sobre Política. Desse total, 51 matérias foram

relacionadas ao Governo do Estado – o que daria em média 12,75 matérias por semana e 2,125 matérias por dia. Esses

números indicam que no mês de janeiro o jornal priorizou a utilização de pautas sobre Política, principalmente sobre os primeiros atos realizados pela nova governadora de Roraima Suely Campos. As 46 matérias restantes estão divididas entre ações da Prefeitura de Boa Vista com (04), Câmara Municipal (07), Assembleia Legislativa (16), Municípios do Interior (02), Justiça (08), Política Nacional (04), e Economia (05).

No mês de janeiro de 2015 foi possível identificar que 47% das matérias sobre Política falam sobre ações relacionadas ao Governo do Estado, as outros 43% estão divididas em assuntos relacionados às ações da Prefeitura de Boa Vista (1,72%), Câmara Municipal (3,01%) e Assembleia Legislativa (6,88%), Municípios do Interior (0,86%), Justiça (3,44%), Política Nacional (1,72), e Economia (2,15%). Diante das estatísticas podemos constatar que de modo geral a FolhaWeb ocupou no mês de janeiro quase metade do conteúdo veiculado na editoria de Política com matérias relacionadas ao Governo de Roraima.

No mês de fevereiro de 2015 foram publicadas 85 matérias, porém apenas 25 delas foram sobre o Governo do Estado. O restante foi dividido entre a Prefeitura de Boa Vista com (08), Câmara Municipal (13), Assembleia Legislativa (20), Justiça (07), Economia (04), Política Nacional (06) e Municípios do Interior (02). Os números mostram que não foram muitas as matérias publicadas sobre o Governo. Foi possível perceber que das 25 matérias publicas na FolhaWeb, apenas uma possui correlação com ações e releases publicados pelo Governo.

Em percentual os números ficariam assim: de 85 matérias, 29,4% delas falam sobre o Governo do Estado; sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista 9,4%; Câmara Municipal 15,3%; Assembleia Legislativa 23,5%; Justiça 8,3%; Economia 4,7%; Política Nacional 7,0%; e Municípios do Interior 2,4%.

A pesquisa mostrou ainda que em março de 2015 84 matérias foram publicadas – 26 sobre o Governo, 01 sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista, 08 sobre a Câmara Municipal, 23 sobre a Assembleia Legislativa, 15 sobre a Justiça,

03 sobre Economia, 07 sobre Política Nacional, e 01 sobre os Municípios do Interior. Das 84 matérias, 30,95% falam sobre o Governo; 1,19%, sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista; 9,52% sobre a Câmara Municipal; 27,38% sobre a Assembleia Legislativa; 17,85% sobre Justiça, 3,57% sobre Economia; 8,33% sobre Política Nacional; e 1,19% dos Municípios do Interior.

Em Abril de 2015 foram publicadas 81 matérias, 29 sobre o Governo de Roraima, 03 sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista, 09 sobre a Câmara Municipal, 09 sobre a Assembleia Legislativa, 08 da Justiça, 01 de Economia, 16 de Política Nacional, 06 de Municípios do Interior. Das 81 matérias, 35,8% delas falaram sobre o Governo do Estado; 3,7%, sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista; 11,1% sobre a Câmara Municipal; 11,1% sobre a Assembleia Legislativa; 9,8% sobre Justiça; 1,23% sobre Economia; 19,7% sobre Política Nacional; e 7,4% dos Municípios do Interior.

Maio foi o mês que mais apresentou matérias publicadas na editoria de Política da FolhaWeb. Foram

publicadas 109 matérias, 20 sobre o Governo do Estado, 02 sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista, 24 sobre a Câmara Municipal, 13 sobre a Assembleia Legislativa, 20 da Justiça, 04 de Economia, 17 de Política Nacional, 09 de Municípios do Interior.

Apesar da grande quantidade de matérias postadas na editoria de Política pela FolhaweB, foram poucas as matérias sobre o Governo do Estado – apenas 18,3% delas; 1,8%, sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista; 22% sobre a Câmara Municipal; 11,9% sobre a Assembleia Legislativa; 18,3% sobre Justiça; 3,6% sobre Economia; 15,5% sobre Política Nacional; e 8,2% sobre os Municípios do Interior.

O mês de Junho de 2015 teve o total de 75 matérias publicadas: 29 sobre o Governo do Estado, 06 sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista, 03 sobre a Câmara Municipal, 13 da a Assembleia Legislativa, 08 da Justiça, 03 de Economia, 10 de Política Nacional, e 03 de Municípios do Interior. Nesse mês 39,1% falaram sobre o Governo; 8,1%, sobre a Prefeitura Municipal de Boa Vista;

4% sobre a Câmara Municipal; 11,1% sobre a Assembleia Legislativa; 9,8% sobre Justiça; 1,23% sobre Economia; 19,7% sobre Política Nacional; e 7,4% dos Municípios do Interior.

Diante desses dados fica claro que existe uma correlação forte entre o conteúdo da FolhaWeb e o conteúdo da Fanpage do Facebook do Governo, pois neste período a FolhaWeb publicou várias matérias que tem uma ligação com o Facebook Governo. Martins (2016) lembra, no entanto, que a SECOM também compartilha matérias sobre o Governo que saem na FolhaWeb lá em sua página do Facebook.

### **Considerações Finais**

Os avanços tecnológicos, a facilidade de acesso à internet, o surgimento das novas plataformas, a busca pela socialização, disseminação e democratização de acesso às informações, possibilitou o aumento do número de usuários nas redes sociais digitais nos últimos anos. E com isso, empresas e órgãos públicos passaram também utilizar

as redes sociais como ferramenta no processo de construção e disseminação de conteúdo jornalístico.

Com esta pesquisa, que teve como objetivo correlacionar o conteúdo das matérias postadas na Fanpage do Governo de Roraima no Facebook e o conteúdo do site de notícias FolhaWeb (no período de 01 de Janeiro a 30 de Junho de 2015), foi possível saber que o uso das redes sociais constitui um instrumento jornalístico importante de disseminação de notícias no circuito produtivo local.

A partir do levantamento quantitativo e qualitativo que realizamos foi constatado que de fato existe uma correlação forte entre as matérias apresentadas pela FolhaWeb e àquelas postadas pelo Governo em sua página no Facebook. Existe de fato apropriação das redes sociais como ferramenta no processo de produção das notícias, tanto pela SECOM, quanto pela FolhaWeb.

Em alguns casos, a SECOM compartilha na rede social o link da matéria que foi publicada pela FolhaWeb, e assim dá a sensação de credibilidade

sobre o conteúdo que foi publicado. Em outros, a FolhaWeb vai buscar o seu conteúdo nas postagens do Facebook do Governo. Isso pode ser considerado como parte da estratégia de produção jornalística local, algo viável para os dois lados.

Além disso, existe a ausência de matérias negativas no Facebook do Governo – o que é óbvio, pois a SECOM não vai falar mal de seu assessorado. Mas, existem também poucas matérias críticas ao Governo no portal FolhaWeb, apesar dos seus erros.

Assim, mesmo a pesquisa tendo sido realizada apenas na seção de Política acreditamos que há a possibilidade de aprofundamento das discussões sobre o tema, utilizando os mesmos critérios e métodos apresentados. Consideramos que a editoria de Cidades, é também local onde são postadas diversas matérias que correlacionam o Governo de Roraima e a FolhaWeb. Ela também pode ser analisada em pesquisas futuras.

## Referências

- ARENDRT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.
- CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: como fazer**. Summus: São Paulo, 2003.
- DUARTE, Jorge, Antonio Barros (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.
- DUARTE, Jorge. **Comunicação pública**. São Paulo: Atlas, 2007.
- FENAJ. **Manual de assessoria de comunicação: imprensa**. Brasília: Fenaj, 2007.
- FERRARETTO, Elisa Kopplin. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2009.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2012.
- IKEMOTO, Luisa Araujo. **O que é notícia no Facebook?** Análise das páginas dos jornais folha de S. Paulo e o Globo no Facebook. Brasília: UniCEUB, 2013.
- LIMA, Damião Marques de. **Comunicação Pública e Internet: as contribuições para a democracia no novo ambiente de práticas políticas do governo de Roraima**. Fortaleza: UEC, 2012.



ISSN nº 2526-8031

Vol. 1, n. 2, Mai-Ago. 2017

MATOS, Heloiza Helena Gomes de. **Comunicação Política e Comunicação Pública**. São Paulo: USP, 2006.

MUNARO, Luís Francisco. **Da esfera pública ao Ciberespaço: Reflexões sobre o futuro do jornalismo na Internet**. Boa Vista: UFRR, 2009.

OLIVEIRA, Ana Karina de. **A relação entre assessoria de comunicação e redes sociais digitais: uma análise do caso da prefeitura de Boa Vista (SEMUC)**. Boa Vista: UFRR, 2014.

PALÁCIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. Covilhã: UBI, 2002.

PEREIRA, Marcelo Marques. **Webjornalismo em Roraima: o release como notícia em sites jornalísticos**. Boa Vista: UFRR, 2013

SANTOS, Adair. **Roraima- História Geral**. Boa Vista: UFRR, 2010.

SANTOS, Valéria Oliveira dos. **G1: a implantação do portal de notícias da globo em Roraima**. Boa Vista: UFRR, 2013.

SILVA, Paulo Sergio Rodrigues da. **A violência contra os povos indígenas em Roraima: uma análise histórica a partir do**

Jornal Folha de Boa vista (1996 a 2005). Boa Vista: UFRR, 2014.

SOUZA, Pedro Emerson da Silva. **SECOM/Roraima: estrutura, produtos e relacionamento da comunicação no Governo de Roraima**. Boa Vista: UFRR, 2013.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Remediação da Experiência de Consumo de Notícias em Sites de Redes Sociais**. Contemporânea-Revista de Comunicação e Cultura, v. 12, n. 1, p. 90-106, 2012.