

## Telejornais no site Facebook: as listas de comentários como um lugar de manifestações e contra-discursos<sup>1</sup>

Rosane Martins de Jesus<sup>2</sup>  
Universidade Estadual do Piauí

**Resumo:** Os telejornais também estão presentes nos sites de redes sociais. Nesses espaços, o público interage discursivamente com o telejornal, por meio das listas de comentários. Aqui, vê-se essas listas como um lugar de protagonismo do público, onde ele pode expor suas opiniões e análises. Para este estudo, foram analisados 104 comentários, vinculados a postagens na página oficial do Jornal Nacional, no site Facebook, publicadas nos dias 12/05/2016 e 23/05/2016. Ao final da análise, de modo geral, infere-se que as listas de comentários, das fanpages oficiais dos telejornais, podem ser visualizadas como espaços de manifestações e contra-discursos, sendo as redes sociais um lugar onde os telejornais se expõem e estão sujeitos ao julgamento e a análise de suas performances e posicionamentos.

**Palavras-chave:** Telejornalismo; TV Social; Sites de redes sociais; Jornal Nacional; Público;

### Introdução

Este artigo é o resultado de um exercício de pré-observação do objeto de pesquisa da tese de Doutorado, intitulada, pré-liminarmente, “O público de telejornais na *Social TV*: um estudo dos perfis da audiência de telejornal, no contexto do site Facebook”, em fase inicial de desenvolvimento, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, da Universidade Vale do Rio dos Sinos, com previsão de término em fevereiro de 2019.

Importante dizer que esse exercício de aproximação reflexiva com o objeto de pesquisa, da futura tese de Doutorado, situa-se dentro de uma perspectiva que Braga (2016), classifica como pré-observação. Para Braga (2016, p.86), “a pré-observação não é um levantamento preliminar de dados - é um processo exploratório para perceber melhor as necessidades de abordagem, solicitações postas à teorização, desafios dirigidos ao trabalho de problematização”.

Segundo Braga (2016, p.84)

Para fazer distinções entre diferentes possibilidades de acionamento teórico, não são as teorias, per se, que indicam uma ou outra posição. A tomada de decisões

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências da Comunicação, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professora Assistente, DE, nível II, do curso de Jornalismo, da Universidade Estadual do Piauí. Bolsista da Fundação de Apoio a Pesquisa do Estado do Piauí – Fapepi. email:rosanecomun@hotmail.com

sobre o que faremos de cada aporte teórico depende do objeto, da problematização relacionada, dos objetivos da pesquisa e do que foi assumido como eixo [...] Não vamos ao objeto apenas para alinhar e descrever fatos que apareçam, objetivamente. Perguntar ao objeto - decidir como organizar e sistematizar a observação - corresponde a decidir que fatos, pistas, indicadores, dados, queremos fazer sobressair, com a expectativa de que estes respondam às perguntas da pesquisa [...] um dos passos iniciais da pesquisa deve ser um trabalho de pré-observação, mesmo sem seguir delineamentos muito rigorosos [...] que faça o pesquisador interagir com o espaço em que futuramente vai pesquisar. Isso inclui pressentir as resistências do real, a aspereza dos processos não domados pela teoria, a indefinição dos contextos e das ocorrências confusas;

Ainda de acordo com Braga (2016), a pergunta norteadora da pré-observação consiste em: “*o que deve ser observado no observável?*” Portanto, tais inferências acerca do objeto, só podem ser estabelecidas diante de um contato direto com o empírico. Assim, estimulada pela importância de uma pré-observação, sem amarras ou pré-conceitos, iniciou-se um estudo sobre as especificidades dos comentários vinculados a postagens do Jornal Nacional, em sua página na Rede social Facebook.

O que diz Braga (2016), lembra alguns princípios da Teoria Fundamentada, especificamente o fato de que esta teoria utilizada como método “busca deixar que os dados “falem por si” e não os observar a partir de pré-noções” (Fragoso et al, 2011, p.89). Diante de uma espécie de diálogo entre a perspectiva da pré-observação e Teoria Fundamentada, decidiu-se por adotá-la, no âmbito deste artigo, também como ferramenta metodológica de inspiração. Cabe destacar que apesar de não ser um método simples, a Teoria Fundamentada é “interessante para quem deseja pesquisar o ciberespaço, pois propõe a atuação da análise em conjunto com o processo de coleta de dados, de forma a permitir que a teoria emergja do empírico” (Fragoso et al, 2011, p.87).

Desse modo, a utilização da Teoria Fundamentada para esse estudo, justifica-se pela possibilidade de iniciar a análise em conjunto com a coleta, estabelecendo tabulações e categorizações acerca do material catalogado. Entretanto, é necessário explicar que no âmbito deste artigo, utiliza-se apenas parte da referida Teoria como ferramenta inspiratória, no âmbito de um olhar exploratório sobre as listas de comentários das postagens, na Fanpage do Jornal Nacional. Em síntese, foram adaptados e apropriados princípios norteadores da Teoria Fundamentada, tais como: aproximação do campo e criação de categorias.

Quanto a aproximação do campo, é importante dizer que esse é um momento primordial da Teoria Fundamentada. Como destacam Fragoso et al(2011, p.89), “enquanto

método, a TF é baseada no empírico, nos dados obtidos em campo, através de uma série de procedimentos que visam sistematizar esses dados e permitir que a teoria emerja”.

No âmbito desta introdução, cabe informar, ainda, que os aportes teóricos utilizados na análise, serão apresentados, ao longo deste artigo, na mesma ordem em que os mesmos foram sendo requisitados pelo objeto, durante a análise do empírico, propriamente dito. Desse modo, antes de apresentar a análise dos discursos presentes nas listas de comentários, faz-se necessário dar algumas informações sobre o lugar onde esses discursos estão (fanpage oficial do Jornal Nacional) e particularidades dos contextos aos quais os comentários coletados estão relacionados. Cabe ressaltar que esse também foi o primeiro caminho percorrido, no processo de aproximação efetiva com os comentários das listas. Assim, no tópico a seguir, apresentar-se-á essa espécie de contextualização prévia.

## **1 Contextualização prévia**

### **1.1 Sobre a Fanpage do Jornal Nacional**

Atualmente, a grande maioria das interações perpassam o ciberespaço, especificamente, os sites de redes sociais. Conscientes de que se vive imerso numa cultura da convergência (Jenkins, 2006) e de que cada vez mais as mídias estão convergindo, os telejornais passaram também a se inserir nessas novas ferramentas dialógicas de interação, e a utilizar os sites de redes sociais como lugar de convívio diário com a audiência.

A fanpage do Jornal Nacional (JN) é apresentada no Facebook da seguinte maneira: “Esta página é um lugar para o nosso público. Comentários, sugestões, críticas e elogios são bem-vindos”. Mas, na própria descrição, o telejornal ressalta que é necessário algumas regras, dentre elas, destaca que não serão aceitos spams, correntes ou conteúdos inadequados. E que o telejornal se reserva também ao direito de remover qualquer postagem ou material inapropriado.

Importante acrescentar que não só os telejornais mais os próprios jornalistas começam a criar hábitos de interagir com sua audiência/fã por meio dos sites de Redes sociais. Por sua vez, “o público de TV incorpora-se aos novos formatos jornalísticos nas Redes Sociais e na Web, ao querer participar dos espaços de discussão da audiência das grandes corporações de informação e comunicação” (Cajazeira, 2014, p.119). Só no site Facebook, o Jornal Nacional, possui 7.747.127 milhões de curtidores<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Dados coletados no site Facebook, na data de 02/06/2016.

Quanto a essa presença nas Redes Sociais, pontua-se que a TV Globo, por exemplo, até o primeiro semestre de 2014, limitava-se a inserir foto-legenda do apresentador do telejornal solicitando ao seguidor da Fanpage ligar a TV – quando da entrada do jornal no ar (Cajazeira, 2014). Mas, atualmente, já se percebe uma participação mais ativa dos telejornais nos espaços dos sites de redes sociais, como uma tentativa de fortalecimento de laços aproximativos entre telejornal e audiência, embora essa relação ainda se faça de forma comedida. Como ressalta Cajazeira (2014, p.241), “o uso das potencialidades das Redes Sociais mostra-se ainda como um caminho a ser trilhado pelas empresas de comunicação”.

## 1.2 Sobre a coleta dos comentários

Para esse exercício de aproximação, foram selecionados inicialmente 104 comentários vinculados a duas postagens do Jornal Nacional, publicadas, respectivamente, nos dias 12/05/2016 e 23/05/2016. A escolha das datas foi impulsionada pelo fato de que nesses dois dias, a fanpage do telejornal foi alvo de uma ação de protesto, orquestrada por um movimento online, denominado vomitação<sup>4</sup>. Abaixo, imagens que convocavam para o protesto (figura 1 e 2):



Figura 1: convocação para o vomitação no JN, em 12/05/2016

Fonte: Fanpage Vomitação (2016)



Figura 2: convocação para o vomitação no JN, em 23/05/2016

Fonte: Fanpage Vomitação (2016)

<sup>4</sup> O movimento online Vomitação surge como uma página no Facebook, criada em 10 de maio de 2016, com o propósito de reunir/organizar “as vozes, que gritam por justiça”, segundo a definição presente na própria página e realizar manifestações online de repúdio, por meio da organização de ações de protesto, nas páginas oficiais de telejornais e políticos, por meio da publicação do símbolo do movimento nas listas de comentários dessas páginas. O símbolo do movimento é uma figura de smile, vomitando.

Importante falar sobre os contextos aos quais os comentários estão relacionados. No dia 12/05/2016, a principal notícia dos telejornais brasileiros foi a aprovação do pedido de abertura do Processo de Impeachment da Presidente Dilma Rouseff, pelo Senado Federal, ocasionando o afastamento da Presidenta por 180 dias. Tal votação encerrou no início da manhã do dia 12/05/2016. Já no dia 23/05/2016, a principal notícia foi a divulgação de uma gravação, onde o então Ministro Romero Jucá, falava sobre uma espécie de acordo político para afastar a Presidente Dilma Rouseff, com o propósito de parar uma operação da Polícia Federal, conhecida como Lava Jato, onde vários políticos são investigados sob a acusação de corrupção, lavagem de dinheiro, dentre outros crimes.

Os prints dos comentários foram coletados na manhã do dia 19/05/2016. Todos os comentários analisados, nesse estudo, estão vinculados a postagem principal do dia, ou seja, aquela que anuncia para os curtidores da Fanpage que o telejornal está no ar. Importante esclarecer que se decidiu analisar apenas os 52 primeiros comentários dispostos na lista de comentários, por uma questão de viabilidade de análise, no âmbito deste exercício, tendo em vista que nos dias escolhidos para esse estudo exploratório, registrou-se uma quantidade enorme de comentários<sup>5</sup>. Cabe explicar que os comentários no site Facebook são agrupados de três formas: “principais comentários<sup>6</sup>”; “mais recentes<sup>7</sup>” e “principais comentários (sem filtro)<sup>8</sup>”. Para coleta, optou-se pelos comentários agrupados na classificação “principais comentários”, por ser a categoria que exclui os spams e apresenta os comentários na sequência em que eles foram publicados, além de ser a primeira opção disponível. Importante dizer que a quantidade de comentários não sofre variação entre os grupos, apenas a ordem em que aparecem os comentários é alterada.

Cabe explicar também que no âmbito desse estudo não foram analisadas as respostas vinculadas aos comentários. Desse modo, nesse estudo aproximativo, optou-se por analisar apenas os comentários visíveis, também por uma questão de viabilidade de análise, tendo

---

<sup>5</sup> As postagens principais dos dias escolhidos para análise, no âmbito desse artigo, apresentam, atualmente, os seguintes números de comentários: 30.593 (12/05/2016); 24.261 (23/05/2016). Os prints dos comentários foram feitos em 18/06/2016. Segundo o movimento vomitação, apenas no dia 23/05, a página do Jornal Nacional recebeu mais de 240 mil vomitações, durante os 30 minutos de exibição do telejornal. O movimento publicou um vídeo mostrando os vomitações na página do telejornal e informando que os mesmos estavam sendo apagados pelo telejornal. O vídeo pode ser encontrado na página do vomitação no site facebook. Assim, percebeu-se, no dia da coleta dos comentários para essa análise, que os comentários que faziam referência ao vomitação (milhares em ambos os dias) não estão mais disponíveis nas listas de comentários. Desse modo, pode-se deduzir que eles foram considerados inapropriados, segundo as regras do próprio telejornal, expostas na descrição da página, no Facebook e por isso, apagados.

<sup>6</sup> Os comentários mais relevantes aparecem na parte superior.

<sup>7</sup> Os comentários novos e aqueles com novas respostas aparecem na parte superior.

<sup>8</sup> Todos os comentários, incluindo comentários de spams e em outros idiomas, sendo que os os comentários mais relevantes aparecem na parte superior.

em vista que as respostas vinculadas aos comentários aqui analisados chegam a variar de 1 (uma) a 200 (respostas) por comentário.

No entanto, cabe esclarecer que se reconhece o valor dessas respostas, uma vez que elas reforçam a característica conversacional das listas de comentários. Como destaca Recuero (2009, p.125), “as conversações entre os atores de um site de rede social podem indicar os laços sociais e o capital social negociado nas interações”. Para a autora, essas conversações são capazes de criar, complexificar e mesmo, destruir as estruturas sociais estabelecidas no ciberespaço. Além disso, elas comportam grande parte dos impactos na dinâmica das redes decorrentes desses sites de redes sociais (Recuero, 2009). Assim, consciente da importância dessas conversações, optou-se por abordar esse viés de forma mais específico, no âmbito de artigos futuros. Assim, os resultados apresentados no âmbito deste artigo, são decorrentes apenas da análise dos comentários principais e visíveis nas listas de comentários.

## **2 Aproximação e análise do material**

Antes de apresentar os resultados da análise, é fundamentalmente importante explicar, ainda, que a escolha pelos comentários principais, deu-se apenas no momento de sistematização desse artigo, tendo em vista que nos limites desse trabalho acadêmico não seria possível apresentar todas as inferências descobertas no processo de aproximação, inspirada em elementos da Teoria Fundamentada, de forma pormenorizada. Daí, o porquê de no âmbito deste artigo, ter-se optado por apresentar os resultados vinculados diretamente a análise desses comentários, embora em determinados momentos, eles tenham feito parte de uma análise maior.

Cabe ressaltar que não se entrou em contato com o empírico como uma “tabula rasa”, ou seja, sem qualquer tipo de conhecimento acerca das listas de comentários ou do que poderia ser encontrado no espaço, pois antes de se iniciar a coleta de dados, a fanpage do JN já vinha sendo acompanhada, embora não com um propósito científico. Nesse sentido, corrobora-se com Haig, 1995 (apud Frago, 2011), para quem seria uma ideia ingênua, pensar que o pesquisador entraria em campo, sem qualquer tipo de conhecimento a respeito do que provavelmente poderia encontrar. E, considerando Frago et al (2011, p.91), para quem “os objetivos já são claramente delimitados antes da imersão do pesquisador”, pretende-se, a partir da observação dos comentários, vê a qualidade dos discursos dessas

listas e compreender, de certo modo, como esse espaço vem sendo utilizado pelo público, ou seja, quais os propósitos predominantes.

## 2.1 Percurso de Classificação dos comentários em categorias

O primeiro passo foi ler todos os comentários em busca de similaridades, padrões e particularidades. Na Teoria Fundamentada, essa fase é chamada de codificação aberta e “compreende a parte inicial, principalmente focada na identificação, descrição e categorização, do fenômeno encontrado em campo” (Fragoso et al, 2011, p.96).

Nessa fase, percebeu-se que os comentários evidenciavam inúmeros propósitos e formas diferentes de utilização das listas de comentários da Fanpage do JN, enquanto espaço destinado ao público do telejornal. Observou-se que o espaço dessas listas era usado para fazer questionamentos, criticar, ironizar e repassar informações adicionais, dentre elas informações omitidas pelo telejornal. Importante falar sobre a dificuldade em agrupar determinados comentários, tendo em vista que alguns deles apresentam elementos de duas ou mais categorias. A solução encontrada nesses casos foi agrupá-los na categoria que apresentavam maior similaridade. Os resultados obtidos nessa etapa encontram-se sintetizados no Gráfico 1<sup>9</sup>:



Gráfico 1: Tipos de comentários

Fonte: a autora (2016)

<sup>9</sup> No âmbito da classificação, chegou-se aos seguintes números de comentários: 27 (Questionamento); 54 (Críticos); 9 (Ironia); 9 (Informações adicionais); 5 (Outros). Foram esses os dados, utilizados para a composição do Gráfico. Decidiu-se apresentá-lo em formato de gráfico por acreditar que a visualização se dá de forma mais clara.

Na categoria questionamento<sup>10</sup> (26%) estão inclusos comentários que fazem perguntas direcionados ao telejornal, à emissora e aos jornalistas. Dentre os comentários direcionados ao telejornal, encontra-se comentários do tipo: “Boa noite, não vão falar dos ministros que assumiram e estão sob suspeita de corrupção?”; “Gente eu tô esperando vcs falarem dos novos ministros investigados pela lava jato!!! Vamos lá! Kd o jornalismo imparcial?”.

Quanto aos questionamentos direcionados a emissora, destaca-se: “A Globo não tem vergonha de apoiar um vice-presidente que mesmo interino no cargo, nomeia 7 investigados na Lava Jato? Quanto tempo vão demorar para pedir desculpas por terem apoiado o governo que vai trazer a fome de volta aos pobres?”;

Há também questionamentos direcionados aos próprios jornalistas do telejornal, especificamente aos apresentadores, a exemplo de: “Sério que vocês fizeram este juramento? JURAMENTO JORNALISMO; “Tô esperando a matéria sobre a queda do Jucá. Vamos Renata, bota um sorriso nesta cara e manda ver! Cadê o Bonner? Tá fugindo do trabalho ou não consegue informar que contribuiu com o golpe?”; “Willian Bonner cadê você? Que vergonha NÃO anunciar para o Brasil a vergonha e o escárnio desse Partido Golpista.”

Na categoria crítico<sup>11</sup> (52%), encontram-se os mais variados comentários: “Se fosse um ministro da Dilma seria o jornal inteiro abordando o assunto”; “GLOBO tucana. Blinda o PSDB de todos os escândalos de corrupção que ele está envolvido. Mas o povo não é bobo não #Globo Golpista”; “Jornal e Jornalismo de quinta categoria. Golpistas safados, vcs fazem parte do Golpe de Estado. Família Marinho, cambada de...”

Na categoria irônico<sup>12</sup> (8%) estão os comentários mais criativos, que debocham dos apresentadores, do telejornal, da emissora Globo e de situações do contexto brasileiro da forma mais direta possível, embora se apresentando como discurso irônico, dentre eles: “Viva o ficha suja, criminoso condenado Michel Temer e seus SETE ministros investigados pela Lava Jato e que agora têm foro privilegiado”; Quero aqui parabenizar o PMDB e o PSDB pois eles não tem competência de ganhar no voto e apela para o golpe, também a mídia brasileira, em especial a rede globo”; “Dois golpistas...agora acabou o

---

<sup>10</sup> Aqui, considerou-se Questionamento, todos os comentários que faziam perguntas a fim de obter informação de alguém (nesse caso, telejornal, emissora, jornalistas) sobre alguma coisa.

<sup>11</sup> Aqui, considerou-se Crítico, todos os comentários com discursos desfavoráveis a respeito de algo (telejornal, emissora, jornalistas).

<sup>12</sup> Aqui, considerou-se Irônico, os comentários que dizem o oposto do que expressam e àqueles que fazem uso de deboche para falarem de determinados situações.



terrorismo global hein... Dilma foi afastada, em um golpe político que todo mundo sabe... Os jornais do mundo escancararam o golpe!!”.

Na categoria informativo<sup>13</sup> (9%) estão presentes o que se chama de contra-discursos, ou seja, informações que se opõem as versões apresentadas pelo JN e/ou que fornecem informações complementares as reportagens e notas do telejornal. Um exemplo de comentário incluído nessa categoria: “Não deve ter dado no Jornal Nacional golpista, mas havia hoje, no início da noite, 40 mil pessoas protestando contra o golpe e o governo ilegítimo na Paulista. Eu tive a honra de estar lá, do lado ético da história.”

Na categoria Outros (5%) foram incluídos todos os comentários que não se encaixam nas categorias descritas anteriormente.

## 2.2 Segundo passo: algumas reflexões teóricas

Após a classificação das principais categorias encontradas, passou-se para o segundo momento que foi interrelacionar as categorias e pensar sobre seus contextos e suas possíveis consequências. Cabe explicar que essa fase do estudo, buscou inspiração na etapa da Teoria Fundamentada chamada “codificação axial”.

Percebe-se que alguns comentários de categorias múltiplas, evidenciam o uso de uma segunda-tela: “Terceira parte e até agora nada dos áudios! Que nojo”! Que ridículo! Infelizmente esse é o meio de informação da maioria dos brasileiros.”; “Espero o diálogo de Jucá e Sérgio Machado. Vamos lá rede globo!”

Nesse ponto, importante dizer que o uso da segunda tela alterou o modo de se assistir televisão e proporcionou um “ato de assistir” compartilhado por meio de sites de redes sociais, por exemplo. Quanto ao fenômeno do uso da segunda tela, Finger e Cannata (2012, p.386) pontuam que

a internet alterou a forma de assistir televisão. A conexão permanente e a popularização de dispositivos móveis aproximaram as duas mídias numa experiência distinta. Cada vez mais pessoas, no mundo inteiro, estão vendo televisão com uma segunda tela em mãos e conectadas às redes. O dispositivo permite estender a conversa da sala de estar para qualquer outro lugar, amplificando o poder do telespectador e também a força do laço social. [...] A experiência em comum dessas pessoas em torno da TV é o que os une num espaço coletivo, mesmo que virtual.

---

<sup>13</sup> Aqui, considerou-se informativo, os comentários que trazem algum tipo de informação adicional e/ou informações que contradizem as versões apresentadas pelo telejornal e/ou informações omitidas pelo telejornal.

Assim, observa-se que a presença dos telejornais nos sites de redes sociais, por meio de suas fanpages, no caso específico do site Facebook e a resignificação das listas de comentários como espaços de conversação entre as pessoas que ali estão reunidas, mesmo que virtualmente, para falarem sobre o telejornal, criam laços sociais entre pessoas fisicamente distantes e que seriam inimagináveis antes do fenômeno da convergência midiática.

A criação de laços, no âmbito das redes sociais remete a Baym (2010, p.11), quando ela enfatiza que “technologies affect how we see the world, our communities, our relationships, and our selves”<sup>14</sup>, principalmente, quando se vê que assistir a programas televisivos e usar segundas telas para interagir ou obter informações adicionais têm sido uma realidade cada vez mais presente no cotidiano do público de TV. Sabendo disso, os telejornais vêm fazendo uso de aplicativos e redes sociais para promover maior interação com seu público como forma de aumentar a audiência.

Ainda sobre o uso da segunda tela é importante dizer que ele transformou o ato de assistir televisão, mesmo em casa, numa experiência multitarefa. Agora o telespectador divide sua atenção com a internet e muitas vezes através das redes sociais discute o que está vendo na primeira tela (Finger e Canatta, 2012, p.376-377). Nesse ponto, percebe-se que a convergência midiática e o uso de segunda tela coloca em evidência que o laço social construído pela televisão deixa de ser inconsciente e silencioso (Finger e Canatta, 2012). Como pontua os autores “a televisão não venceu nem foi derrotada pela internet. Longe da extinção, tem reforçadas as características que fazem dela um veículo único e caminha para a construção de uma experiência mais interativa e complexa de audiência” (Finger e Canatta, 2012, p.374).

Finger e Cannata (2012, p.382) destacam ainda que

assistir televisão, antes de qualquer coisa, significa a experiência de construção e compartilhamento de uma esfera pública de debates de uma comunidade e a aproximação, inclusive física, de pessoas que assistem ao mesmo programa. Na internet, com conteúdo personalizado, esse aspecto se perde.

O que assistimos na televisão é o que, muitas vezes, sobra de vida a ser compartilhada. De tudo que nos separa e diferencia na modernidade líquida (Bauman, 2001), a televisão nos faz compartilhar experiências e se constitui num dos poucos elementos que nos une e aproxima.

---

<sup>14</sup> Tradução da autora: Tecnologias afetam o modo como vemos o mundo, nossas comunidades, nossos relacionamentos e a nós mesmos.

Outros comentários, por sua vez, reforçam que já não fazem parte da audiência do telejornal, rotineiramente, mas que estão assistindo: “olha tô assistindo aqui(depois de semanas sem acessar a Globo), só pra ver o que vcs vão falar sobre a confissão do Jucá. Se bem que nem posso esperar muito...”; “onde estão as carinhas de espanto, e os muitos minutos dedicados a maior “real” notícia do dia? Sem omitir falas, hein! Mostra aí a imparcialidade! Quero ver! Aliás, há muito não perco meu tempo com essa teledramaturgia barata, disfarçada de “jornal”, mas hoje, quero ver como se safam!”; “Faz tempo que não assisto o jn, afinal é só desinformação. Hj to assistindo só pra ver o malabarismo do jn para deixar nebulosa a gravação do Jucá. Globo sem credibilidade”; “esperando os 30 minutos de fala sobre Jucá. Me dei o trabalho de assistir só pra constatar o que eu já sabia. Mídia Golpista Nojenta! O que vocês fazem é um DES-serviço. #Golpistas”.

Cajazeira (2014, p.136) enfatiza que “o seguidor dos programas de TV nas Redes Sociais é um fragmento da audiência de televisão, que se classifica como sendo o público da TV Social”<sup>15</sup>. Por sua vez, “a TV Social proporciona o nascimento de uma fragmentação da audiência real em função da sua interação nas Redes Sociais Digitais” (Cajazeira, 2014, p.136). Isso possibilita que pessoas que não fazem mais parte da audiência real do telejornal, possam momentaneamente está audiência por um certo período, por diversos motivos, dentre eles se inserir nas conversações acerca do telejornal no âmbito de uma fanpage.

É possível identificar também em comentários de diversas categorias uma consciência midiática, e até mesmo um conhecimento, por parte de alguns “comentadores”, das rotinas produtivas que envolvem a produção de um telejornal: “Falem para a população o que são pedaladas, expliquem os decretos, vocês tem assessoria suficiente para provar que não há crimes, vocês tem obrigação moral de fazer isso, não para defender o governo, mas para respeitar a constituição e a democracia. Golpistas!”.

Importante destacar o viés crítico presente na maioria dos comentários, onde o telejornal é visivelmente desqualificado por parte do público. Nesse ponto, cabe ressaltar que o fato dessas críticas estarem expostas numa página de uma rede social, contribuem para que elas ganhem mais amplitude e o que pode trazer consequências negativas para o

---

<sup>15</sup> Finger (2012) explica que o termo TV Social foi estabelecido por Marie-José Montpetit, pesquisadora do *Media Lab*, do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), um dos principais centros de pesquisa em novas tecnologias do mundo. Tal termo surge ancorado no fenômeno da possibilidade de interação entre telespectadores pela internet, através da segunda tela, em torno de um conteúdo comum exibido pela televisão, e que tornou a experiência de assistir TV mais complexa e atraente.

telejornal. Quanto a exposição decorrente da presença dos telejornais nos sites de redes sociais, é importante dizer que às vezes, as formas encontradas pelo jornalismo para se difundir, “podem causar aos veículos, uma super-exposição, uma vez que os internautas têm relativa liberdade para escreverem o que pensam sobre determinada matéria ou mesmo sobre o veículo em si” (Braga, 2014, p.6).

Outro fator que chamou a atenção foi a ausência dos comentários que faziam referência ao movimento Vomitação, dos 104 comentários analisados, apenas 4 (cinco) faziam referência direta a ação de protesto em seus discursos, dentre elas: “Entra no ar o lixo do lixo. Parabéns dona Globo. Um vômito em vcs. Ou uma cuspidinha. Melhor não porque o vomito e o cuspe é de melhor valia”; “Somos um país com ânsia de vômito”; “Tô vomitando de nojo desse jornaleco”; “Dá vontade de vomitar ainda mais”. E, apenas 2 (duas) publicações, exibiam o símbolo do protesto. Entretanto, o número de críticas ao telejornal e o tom com que essas críticas foram feitas, evidenciam mesmo que indiretamente o protesto do Vomitação. O que faz lembrar, Bauman (2000) quando diz que as pessoas tem necessidade de participarem de uma mobilização coletiva e serem vistas fazendo parte desse movimento. Segue, abaixo, as postagens que faziam referência ao vomitação (figura 3 e 4), dentre as postagens coletadas para a análise:



Figura 3: comentário com referência ao vomitação  
 Fonte: Fanpage Jornal Nacional (12/05/2016)



Figura 4: comentário com referência ao vomitação  
 Fonte: Fanpage Jornal Nacional (23/05/2016)

Cabe lembrar que essa ausência também pode ser vista como uma evidência de que o telejornal, apagou da fanpage, os comentários que faziam referência ao vomitação, como foi assinalado na nota de rodapé, nº 6. Importante dizer também que a presença de contra-

discursos nas listas evidencia a utilização do espaço também como lugar de publicização de informações que não foram apresentadas pelo telejornal.

### 2.1.3 Terceira fase: categorias integradoras

Após a análise dos comentários, por meio da análise de conteúdo, foi possível agrupá-los em categorias mais amplas, numa tentativa de visualizar de modo mais sistemático como as listas de comentários, da página do Jornal Nacional, no site Facebook, enquanto lugar de voz para o público de telejornal, são utilizadas pelos comentadores. Nessa fase, buscou-se inspiração na et/apa da Teoria Fundamentada chamada “codificação seletiva”. Os resultados obtidos encontram-se sintetizados no Gráfico 2:

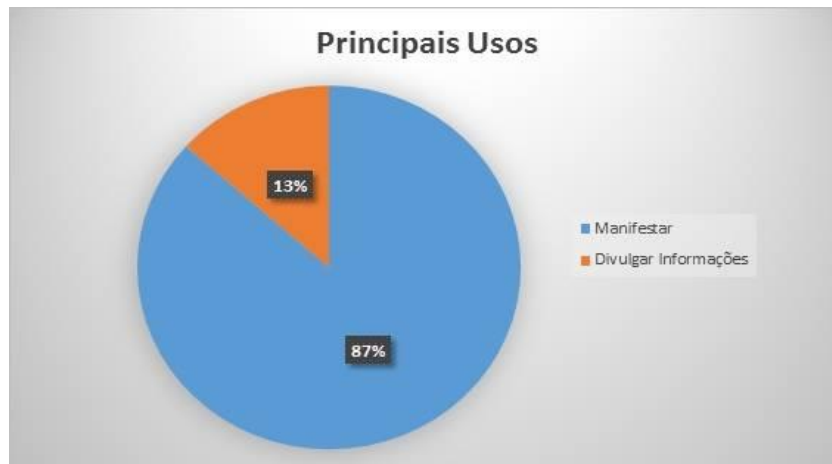


Gráfico 2: Principais usos  
 Fonte: a autora (2016)

Assim, após o agrupamento das categorias identificadas na primeira etapa de classificação dos comentários, verificou-se que as listas de comentários são usadas para manifestar (87%) e para divulgar informações (13%). Assim, as listas de comentários da Fanpage são usadas pelos comentadores principalmente como espaço de manifestação de impressões sobre a qualidade do jornalismo prestado pelo telejornal e pelos seus jornalistas, bem como são utilizadas como espaços para divulgação de informações que não são abordadas pelo telejornal.

## Conclusão

Ao final do estudo exploratório aproximativo e da sistematização de categorias, pode-se inferir que as listas de comentários, das fanpages oficiais dos telejornais, podem ser visualizadas como espaços de manifestações e contra-discursos, sendo as redes sociais um lugar onde os telejornais se expõem e estão sujeitos ao julgamento e a análise de suas performances e posicionamentos constantemente.

Enquanto resultado de um exercício de pré-observação, esse estudo reforça o potencial das listas de comentários das fanpages, seja enquanto espaço propulsor de questões investigatórias, quanto ao estudo do perfil do público de telejornal, reunido na ambiência do Facebook, no contexto do surgimento de uma TV social, seja enquanto lugar de respostas a partir do estudo das vozes que são construídas e difundidas nesse espaço. Assim, o exercício de pré-observação, bem como a utilização de métodos inspirados na Teoria Fundamentada, possibilitou também a indicação de outras perspectivas analíticas, a partir do surgimento de outras questões surgidas a partir desse contato com o objeto empírico. Tais questionamentos serão explorados, no âmbito de outros artigos.

Por fim, cabe reforçar que esse artigo é resultado de uma atividade exploratória de cunho testativo, cujo o propósito também foi o de testar alguns princípios da Teoria fundamentada, de modo a verificar se sua utilização poderá ser aplicada na pesquisa mais ampla que conduzirá a elaboração da Tese. Desse modo, volta-se a reforçar que a Teoria fundamentada foi utilizada aqui apenas de forma inspiratória e não pormenorizadamente. Entretanto, mesmo de forma inspiratória, os resultados obtidos foram satisfatórios, confirmando as expectativas quanto a utilização da Teoria Fundamentada em pesquisas no ciberespaço, cujos objetos empíricos estão em constante processo de mudança.

## Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Em busca da política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

BAYM, Nancy. **Personal connection in the digital age**. Malden: Polity Press, 2010.

BRAGA, Roberta. **Repórter Brasil e sua relação com o público via Facebook: uma análise discursiva a partir das redes sociais**. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu/PR: Intercom, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1288-1.pdf>> Acesso em: 02 maio 2014.

BRAGA, José Luis. Aprender metodologia ensinando pesquisa: incidências mútuas entre metodologia pedagógica e metodologia científica. In: MOURA, Cláudia; IMMACOLATA, Maria (org). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p.78-98.

CAJAZEIRA, Paulo Lins. **A audiência convergida do telejornalismo nas Redes Sociais**. Revista de Estudos da Comunicação. Curitiba, vol. 15, n.37, p.119-136, maio-ago. 2014. Disponível em: < [www2.pucpr.br/reol/index.php/comunicacao?dd99=pdf&dd1=14576](http://www2.pucpr.br/reol/index.php/comunicacao?dd99=pdf&dd1=14576) > Acesso em: 04 maio 2016.

TEORIA Fundamentada. In: FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FINGER, Cristiane; CANNATA, Fábio. **Uma nova forma de ver na Tv no sofá ou em qualquer lugar**. Revista FAMECOS. Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 373-389, maio/agosto 2012. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12320> > Acesso em: 03 maio 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet**. Revista Famecos, n. 38, p.118-128, abril/2009. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5309/3879> > Acesso em: 02 maio 2016.