
**Jornalismo e Tecnologia:
TEC da Folha de S.Paulo e Representação Simbólica¹**

Gabriel Agostinho PIAZENTIN²
Belarmino Cesar Guimarães da COSTA³
Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

Resumo

A Seção *TEC* da *Folha de S.Paulo* compreende o *corpus* observado, com a proposta de depreender, caracterizar e hierarquizar os componentes utilizados pelo veículo ao tratar da tecnologia. Para tanto, utilizou-se como embasamento teorias do jornalismo formuladas por Traquina, Pena e Wolf e a categoria de indústria cultural, com fundamento em Adorno e Horkheimer. Durante três meses, as 32 matérias veiculadas em *TEC* foram delimitadas em: I – valores-notícia; II – grandes eixos temáticos. A associação da tecnologia com economia é um ponto central identificado. A análise permite, assim, interpretar como são construídas as notícias sobre tecnologia para, a partir desse enfoque, ampliar o debate e entrever aspectos da cultura digital e da indústria cultural contemporânea.

Palavras-Chave: cultura digital; indústria cultural; critérios de noticiabilidade; jornalismo; tecnologia.

Introdução – um olhar sobre a construção da notícia em *TEC*

Realidade aumentada, virtualização do espaço e mudanças nas noções de temporalidade e de contiguidade têm sido objeto de pauta jornalística nas publicações especializadas que tendem a fetichizar os novos aparatos tecnológicos e produzir representações idealizadas da organização societária e do futuro. O momento é de transição das plataformas de mídia (da tipografia/eletrônica para os suportes associados à revolução tecnológica da Internet) e de solução de linguagens, fazendo com que a produção jornalística busque interpretar as mudanças de comportamento, uso dos meios técnicos e a forma como intervém nas mediações sociais, culturais e na vida prática.

Diante disso, o presente artigo, em termos de fundamentação teórica e seguindo a tradição do pensamento da teoria crítica, tem o propósito de construir sentidos e

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Metodista de Piracicaba, email: gabrielpiazentin@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Metodista de Piracicaba, email: bccosta@unimep.br

percebê-los nas publicações da Seção *Tec*, da *Folha de S.Paulo*, com a potencialidade dos conceitos de indústria cultural, cultura digital e critérios de noticiabilidade.

A pesquisa tem o objetivo de refletir sobre a produção, difusão e recepção de conteúdos jornalísticos como uma das esferas atreladas à indústria cultural, sendo que esta tem características apontadas classicamente por Adorno e Horkheimer (1985) e que são acentuadas no contexto da digitalização e da sociedade global: especialmente com a concentração econômica dos aparatos e do gerenciamento de conteúdo e com a plena inserção da racionalidade técnica nas formas de produção da cultura.

O propósito de identificar os assuntos pautados na seção especializada em tecnologia permite distinguir não somente os temas publicados, mas também a forma de construção de sentidos de realidade. Nesse contexto permeado pelas comunicações assíncronas, com mobilidade dos suportes e multissensoriais, cabe aprofundar a discussão sobre a percepção que o jornalismo estabelece como mediação simbólica atrelada às forças do mercado, dada a influência de empresas do chamado mundo digital em pautar lançamentos de novos aparelhos.

Nesse sentido, o artigo dá sequência ao projeto de iniciação científica (Cf. Zumesteen: 2016) sobre a Seção *Link*, do jornal *O Estado de S.Paulo*, em termos de atualizar o conceito de indústria cultural, tendo em conta a condição assumida pelo jornalismo, no contexto da cultura digital, em valorizar temas “relacionados com as novas tecnologias, seu uso e implicações em diversas áreas do conhecimento, como a educação, a comunicação e a produção artística (ZUMESTEEN: 2016, p. 2). A autora complementa que:

(...) a concepção de tecnologia da Seção *Link* é mercadológica e inovadora, [...] incluindo a decisão editorial do jornal em incluí-la no Caderno de Economia [...] São mais frequentes as notícias voltadas ao mercado de vendas e de tecnologias inovadoras que tenham como princípio agilizar as ações do dia-a-dia, tornando-o mais funcional e prático. Isso afirma modelo de sociedade caracterizado pela modernidade industrial, cujo modelo está demarcado pelas regiões centrais do capitalismo mais adiantado. Outro ponto observado é a falta de matérias que prestigiem pesquisas universitárias nacionais ou que façam relação da tecnologia como um fator de mudança social, voltadas à arte, à educação, à inclusão etc, demonstrando o caráter instrumental e estratégico de vendas e afirmação de marcas.

[...] As notícias abordavam inovações e projetos, produtos, estratégias de mercado relacionados a grandes empresas ou grandes nomes da área tecnológica. Este fato se torna estratégico para identificar a tendência do *Link* em ter uma visão de tecnologia que valoriza as marcas estrangeiras, a notoriedade dos investidores ou

empreendedores e a condição da mediação tecnológica modificar favoravelmente o cotidiano, demonstrando certo encantamento pelas novidades sem que isso passe por observação mais ampla no sentido cultural e político. (ZUMESTEEN: 2016, pp. 62-63)

A atualização do conceito de indústria cultural e sua inserção, dinamização e complexificação no ambiente da cultura digital tem o propósito de mapear fenômenos atrelados à mundialização da cultura e à condição que o jornalismo vai assumindo para lidar com as transformações de plataformas midiáticas e do interesse produzido por pautas sobre ciência e tecnologia. O intuito, para que se chegue à hierarquia e ao tratamento de assuntos sobre tecnologia, na análise da seção *Tec*, é o de buscar os contornos da sociedade pós-industrial, demarcada por movimentos de transitoriedade e supervalorização da novidade tecnológica.

No âmbito das teorias do jornalismo, de modo a interpretar o que é destacado e/ou suprimido dos conteúdos e a forma de tratamento dado à notícia, a perspectiva tem sido investigar dois aspectos: I – Os critérios de noticiabilidade que definem a pauta da seção *Tec* e a hierarquização dos assuntos; II – As representações simbólicas associadas ao uso da tecnologia, de modo a caracterizar as interfaces com o comportamento, modo de vida contemporâneo e idealização construída com a mediação tecnológica na construção de modelos futuros de sociedade. De fundo, a pesquisa busca também delinear a linha editorial da *Folha* quando, numa seção especializada, interpreta como se articula a relação entre tecnologia, cultura e modelo de sociedade.

A teoria crítica e as teorias do jornalismo conferem fundamentação epistêmica para caracterizar como o jornalismo praticado pela Seção *Tec* constrói notícias sobre tecnologia. Além disso, faz notar a recorrência dos temas pautados e o enfoque da narrativa, de modo a perceber também a relação com o formato.

Metodologia – desmontando a notícia

Traquina (2005 “a” e “b”), Pena (2005) e Wolf (1999), quando definem critérios de noticiabilidade e os fatores que geram interesse jornalístico, ressaltam componentes tais como: a hierarquia da informação, centralidade em pessoas, instituições e países para a construção do fato noticioso e o aspecto inusitado associado à notícia.

Conforme Traquina, a noticiabilidade é formada por um conjunto de critérios, denominados valores-notícia que “determinam se um acontecimento, ou assunto, é

susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável” (TRAQUINA: 2005 “a”, p.63).

Para tanto, ao reunir as publicações de agosto, setembro e outubro de 2016 no site da seção *Tec*, dentro do portal de notícias da *Folha de S.Paulo*, a exploração estética do material, com fundamentos na teoria crítica, leva em consideração, na análise, os seguintes valores-notícia:

1. A frequência (acontecimentos previsíveis de antemão, como as conferências da Apple em setembro);
2. A significância (proximidade do leitor com o fato, a exemplo de notícias sobre smartphones Apple ou Android, que dominam o mercado);
3. O inesperado ou raro (como direcionar a questão tecnológica para interpretar fatos históricos da Antiguidade);
4. A continuidade (relativo à notícia que já ganhou noticiabilidade, como quando as baterias de celulares Samsung explodiram e a notícia repercutiu nos dias seguintes);
5. A referência a nações/pessoas de elite, aqui também denominado de referência à elite (tal qual a elite das marcas já consolidadas no mercado, como Apple, Facebook, Google, em detrimento de outras marcas que são muito novas, a exemplo de *startups*);
6. A personalização (quando uma notícia é centrada na figura de uma pessoa, como tem sido no lançamento de produtos de grandes marcas).

Paralelamente à publicação no site da *Folha*, entre agosto e outubro de 2016, leituras foram feitas para compreender e potencializar os sentidos presentes no conceito de indústria cultural, cultura digital e das teorias do jornalismo, em especial a respeito do *newsmaking* e dos conceitos de valor-notícia. Isso permitiu a simultaneidade do movimento: identificar os temas pautados e/ou esquecidos sobre tecnologia enquanto tornava-se possível compreender a relação das matérias jornalísticas com o ambiente da cultura digital, culminando na atualidade da observação de material inédito, sem que houvesse orientação pré-concebida dos resultados. Tem sido possível, com isso, inventariar a afinidade entre tecnologia, sociedade e cultura, a partir da narrativa jornalística, como um dos eixos da indústria cultural.

Passada a etapa de captação do material, que compreendeu as quartas-feiras de agosto (dias 3, 10, 17, 24 e 31), setembro (dias 7, 14, 21 e 28) e outubro (dias 5, 12, 19 e 26), a outra etapa da pesquisa consistiu na discriminação do conteúdo e sua relação com

os valores-notícia destacados para análise. Nesse escopo, foram desconsideradas as publicações da coluna *Hashtag* pelo fato de não conterem material jornalístico/informativo. A estrutura de cada uma das 32 matérias retiradas da *Tec* durante o período citado foi composta da seguinte maneira:

a) identificação de data e hora em que foi veiculada no site, elementos de interesse do jornalismo online;

b) exposição da manchete;

c) exibição da matéria em sua totalidade, capturada do site em formato de imagem (*print*), excluindo adjacências como cabeçalho do site da *Folha*, notícias relacionadas, caixa de comentários, publicidade, etc. Isso traz um panorama da publicação original, bem como a exemplificação de elementos gráfico-visuais, inerentes ao jornalismo online;

d) um parágrafo com breve resumo do conteúdo da notícia;

e) um parágrafo ou mais com discriminação baseada nas teorias, atentando para valores como: I) se a notícia veio ou não de uma agência externa à *Folha*, II) interpretação dos elementos visuais, quando cabíveis, III) relação com a indústria cultural aliada aos produtos noticiados e a situações sociais a que são correspondidas na matéria;

f) identificação dos valores-notícia, baseados nas teorias do jornalismo, com justificativa para tal;

g) discriminação dos eixos-temáticos aos quais a matéria está associada, baseando-se em percepção como componente de análise, sendo estes elementos mais de caracterização do que consequência bibliográfica consolidada;

h) recuperar de qual site dentro da *Folha* surge a notícia veiculada em *Tec*, já que muitos materiais publicados ali vêm de outras seções, como a de Economia.

Cabe ressaltar que uma mesma matéria pode ter mais de um valor-notícia e mais de um eixo-temático.

Na sequência, a pesquisa entrou na etapa de delinear a concepção de sociedade mediada pela tecnologia e uma visão que traça do futuro. Ao mesmo tempo, a perspectiva considerou a reflexão sobre racionalidade técnica, sua relação com a cultura e as formas simbólicas a respeito da tecnologia em termos prospectar modelos de vida e o fetiche subjacente ao seu uso, a partir das publicações de *Tec*.

O propósito inicial de análise era o de cobrir as publicações da seção feitas no jornal impresso. Porém, houve mudança no projeto editorial da *Folha*. A versão impressa foi descontinuada e a *Seção Tec* se manteve apenas na internet. A opção metodológica foi manter o período de captação de material em função da dimensão de atualidade, componente-chave para as percepções que se buscava sobre sociedade, jornalismo e tecnologia, ao invés de recorrer às publicações impressas que iriam conferir desatualização para o material selecionado.

Outro aspecto mantido foi o de acompanhar os critérios de noticiabilidade, permitindo ampliação de percepções sobre a produção jornalística, quando esta se insere no ambiente digital, de modo a traçar paralelos também com o estudo feito sobre o caderno *Link*, do jornal *O Estado de S. Paulo*.

Não apenas as mercadorias que passam pelas seções são resultantes da influência da indústria cultural, e sim também àquelas de natureza jornalística que decorrem de processos sistematizados industrialmente e segmentados, incluindo a incorporação de estrutura narrativa padronizada - vide elementos como *lead* e pirâmide invertida. Característico ao jornalismo online, tem-se a inserção de componentes visuais como ilustrações, infográficos e galerias de imagem e vídeo. Ainda, no jornalismo sobre tecnologia, observa-se conteúdo que não é produzido originalmente nem pela *Folha* e nem por outros veículos no Brasil, ou seja, grande quantidade de material sobre o assunto é constituído por agências de notícias do exterior. Ao abarcar à plataforma digital, a *Seção Tec* da *Folha* diferencia-se do *Caderno Link* do *Estado de S. Paulo*: ao fazer parte da cultura digital, também a reproduz, observando-se suas peculiaridades.

Resultados obtidos – o que vale cada notícia

Após caracterização de cada notícia, conforme demonstrado na metodologia, o montante de dados permite finalmente observar os dois aspectos primordiais da análise: a compreensão daquilo que tem valor noticioso para *Tec* e quais as representações simbólicas inseridas nesse contexto.

a. Valores-Notícia

Do maior para o menor uso, foram encontrados na seguinte ordem:

Significância e Referência à Elite, 25 vezes cada.

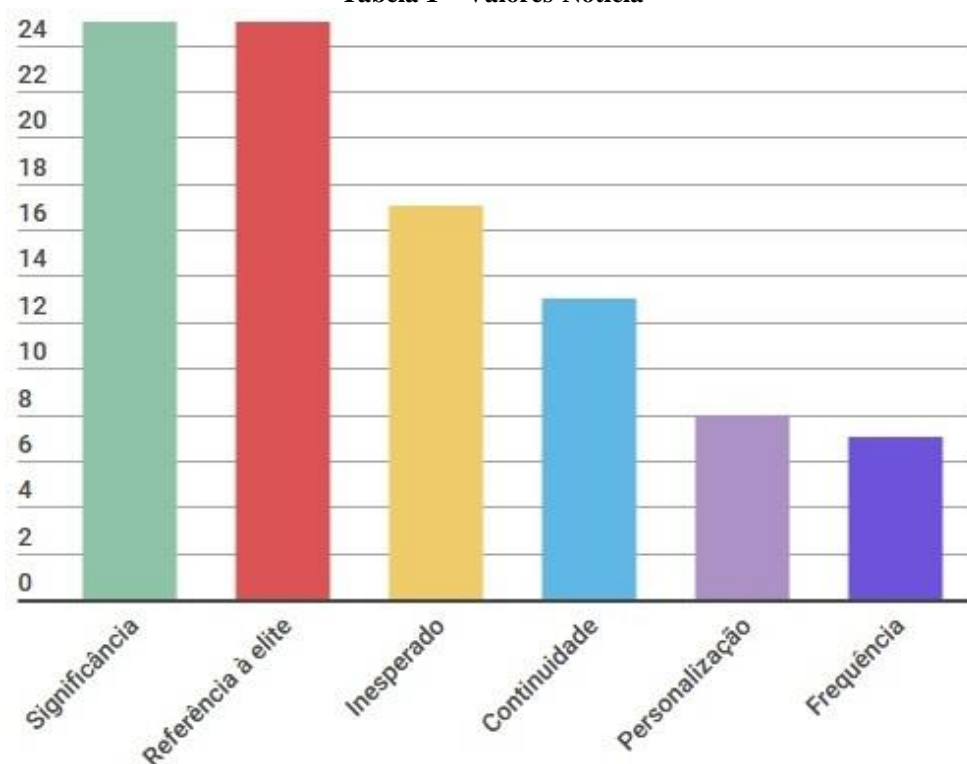
Inesperado, 17 vezes.

Continuidade, 13 vezes.

Personalização, 8 vezes.

Frequência, 7 vezes.

Tabela 1 – Valores-Notícia



b. Eixos Temáticos

Em ordem decrescente:

Economia, 16 vezes.

Vida digital, 8 vezes.

Tecnologia e Dispositivos Móveis, 8 vezes cada.

Aplicativos, 5 vezes.

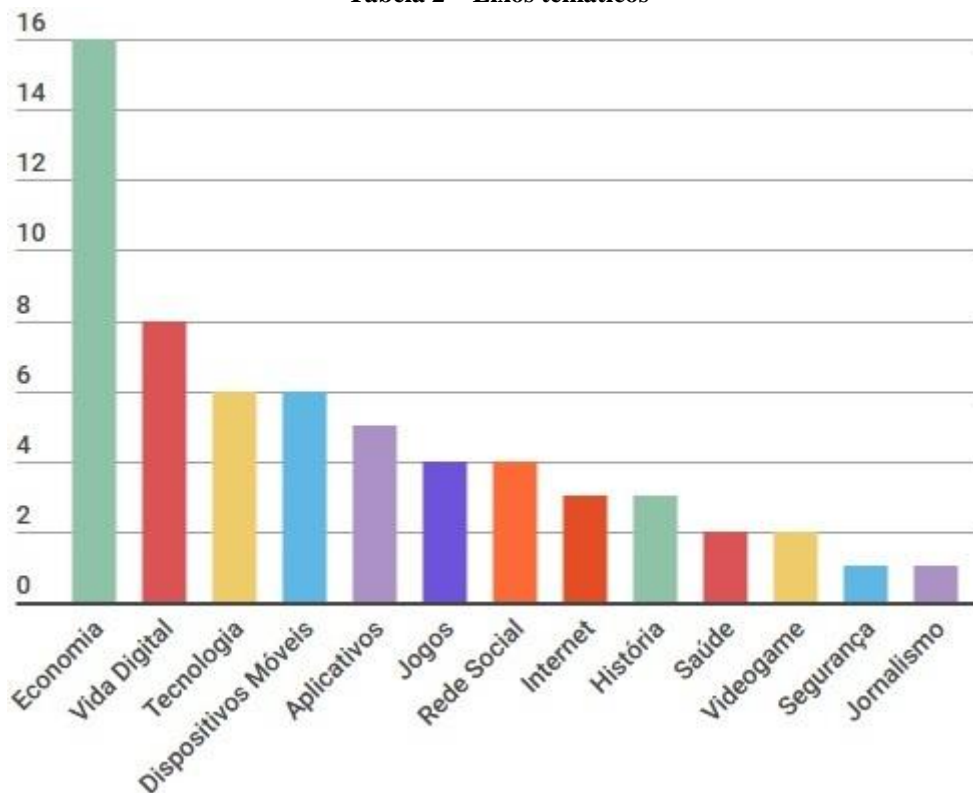
Jogos e Rede Social, 4 vezes cada.

Internet e História, 4 vezes cada.

Saúde e Videogame, 2 vezes cada.

Segurança e Jornalismo, 1 vez cada.

Tabela 2 – Eixos temáticos



c. Sites de origem das matérias dentro do portal *Folha de S.Paulo*

A seção *Tec* publicou 15 matérias vindas de Mercado, sendo que 14 tiveram origem na própria *Tec*. Os sites Equilíbrio e Saúde, Ciência e São Paulo foram recuperados 1 vez cada.

d. Agências de notícia

15 notícias vieram de agências, 14 são da *Folha* ou do UOL (portal que faz parte do Grupo Folha) e 3 foram colaborativas.

Discussão – a interpolação de sociedade e(m) tecnologia

A distribuição encontrada nos valores-notícia indica quais critérios seriam considerados mais relevantes para as matérias serem ou não veiculadas. Uma notícia com valor *significância* é componente muitas vezes decisivo para publicação desta. Pois, sendo do interesse do leitor, são maiores as chances de ele consumir aquele material, tanto impresso quanto na internet. Faz-se também presente o caráter do elitismo. Neste levantamento, a elite destacada é a das empresas e de grandes marcas que dominam ou concorrem fortemente no meio em que atuam, como se vê no valor-

notícia *referência à elite*. O direcionamento é feito pelo crivo mercadológico com o qual a *Folha* retrata a tecnologia, incluído o fato de *Tec* ser integrante do caderno de *Economia*, muitas vezes republicando material originário deste. Dessa forma, resulta o apagamento de empresas menores, ou mesmo de *startups*, atreladas à inovação e ao campo das ideias, das tentativas e erros, ao invés de gerar grande capital e/ou manter um status já adquirido. É um contraponto que se faz ao caderno *Link* do *Estado de S.Paulo*, no qual a perspectiva de inovação integrava o norteamento editorial, embora ambos *Tec* e *Link* tenham forte direcionamento econômico, com aspecto voltado aos negócios, citando grandes nomes do setor, com seus grandes lucros ou dívidas profundas.

As inovações tecnológicas que *Tec* se propunha a oferecer ao leitor ficam, com isso, dependentes de reprodução de ações referentes a grandes marcas, que já detêm notoriedade, e acabam por criar uma atmosfera fetichizante em torno de qual produto está à disposição para ser consumido, um após o outro, na forma encadeada proposta pela indústria cultural (por exemplo: os óculos de realidade virtual é uma novidade, mas tem como principal produtor o Facebook e o Google). Viu-se repetidamente notícias referentes ao Facebook, à Apple, à Samsung, ao Google e ao Twitter.

As tecnologias encontraram penetração tão grande na sociedade que, ao tomar conta o levantamento feito na seção *Tec* da *Folha de S.Paulo*, a pluralidade no tratamento que se tem delas é precária. A noticiabilidade se insere num modelo que não arrisca em inovação.

Ambos os extremos da representação em eixos-temáticos são indicativos cruciais para compreender a seção *Tec* no *corpus* analisado ao evidenciar a forma de mundo representada. Além do já citado direcionamento mercadológico, mais vezes encontrado tanto em valor-notícia como em eixo-temático, o segundo eixo foi definido como Vida Digital, que, conforme Piazzentin (2017, p.100), “compreende a visão do termo num âmbito mais comportamental que se faz da internet”. Logo, uma publicação segmentada em tecnologia é também perpassada pelo componente humano, que faz uso dessa tecnologia e consome a informação em *Tec*. Assim, a seção também procurou retratar a convivência virtualizada.

Os eixos de Jogos e Rede Social ficaram na mesma colocação, abaixo do esperado ao se considerar o tema da tecnologia. Videogame, outro eixo, foi muito pouco explorado.

Os eixos Internet e História, empatados em menções após a categorização, podem ser vistos como contraditórios no aspecto de um ser referente ao passado e o outro ao presente/futuro. Da mesma forma, essa relação curiosa de atemporalidade toma lugar em *Tec*, pois a história encontra na internet a memória que não cabe a nenhum ser humano, o que possibilita o estoque de informações em servidores de relativo fácil acesso a quem interessar. O tema, então, resvala na condição contemporânea de haver constante disponibilidade de informações (recentes ou antigas) e na forma como cada pessoa lida com a recepção de conteúdos nas diferentes plataformas.

Os eixos Saúde, Segurança e Jornalismo também são significativos, inclusive, no caso, pelas poucas vezes em que apareceram. Jornalismo e internet estão em proeminente discussão nos Estados Unidos desde a eleição de Donald Trump para a presidência. A Segurança é lembrada nos atuais, e cada vez mais comuns, ataques de hackers a equipamentos inseridos na internet das coisas, desde fechaduras de hotéis a marca-passos. Este tema, Internet das Coisas, foi eixo temático de Zumesteen (2016) na análise do *Link* do *Estado de S.Paulo*. No levantamento da *Tec* da *Folha*, contudo não foi publicado.

Ao observar os sites de origem das matérias veiculadas em *Tec*, notam-se os outros sites que também foram republicados nesses três meses, indicando a pluralidade possível de se observar um tema, bem como da intersecção entre editorias que o jornalismo online permite, ainda que muito pouco explorado no caso.

Foram observadas, também, quantas matérias vieram de sites e agências de notícias, ou seja, quais reproduções da *Folha* constituem materiais de terceiros, originários: da *Reuters*; da BBC Brasil; do *Financial Times*; do *The New York Times* e da *Agence France-Presse*. Em comparação, *Link* do *Estado de S.Paulo* trazia muito conteúdo da *The Economist*, cuja referência não foi constatada em *Tec*. Ainda que pareado com a produção local, é notável a contribuição que vem de fora do veículo.

Cabe observar que uma publicação online traz as peculiaridades que são inerentes ao meio, passíveis de interferência no material veiculado. Na análise da *Tec* da *Folha*, considerando os aspectos norteadores para a produção deste artigo, são presentes diversas características, tanto à forma quanto ao conteúdo. O uso de algum componente gráfico ocorreu em todas as postagens de *Tec*, podendo ser em uma única fotografia, ou uma galeria de imagens, linha do tempo ou vídeos. O jornalismo online permite publicação a qualquer hora do dia, diferindo do *deadline* de uma publicação impressa. O

online também permite elasticidade: reportagens curtas ou alongadas não carecem de preocupação quanto a limite de caracteres. Além disso, o impresso força um preenchimento constante de páginas – na internet, como visto, em alguns dias ocorreram quatro ou cinco postagens, e em outro dia, não houve nenhuma (pelo menos não de conteúdo informativo, a exemplo da coluna *Hashtag* que foi a única veiculação no dia 10 de agosto de 2016, em decorrência dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro).

Diante dos fatos expostos, foram extraídos do objeto analisado grandes temas como economia, comportamento no ambiente virtual e a discussão de temporalidade. Temas esses que perpassam diversas sociedades e culturas, que podem ser brevemente interpretados da seguinte forma:

1. Comportamento

A temática diz respeito à permeabilidade existente da tecnologia como, de alguma forma, influenciadora no cotidiano das pessoas, embora não afete a todas na mesma proporção. Tem como exemplo a reportagem “*Filtros em rede social podem revelar indícios de depressão, diz estudo*⁴”. Além de noticiar sobre a rede social Instagram, traz um componente humano que é de alguma forma afetado pela rede social, e, também, faz uso desta para resolver o problema da depressão. Ainda na temática, em setembro a *Tec* publicou diversas matérias decorrentes de um evento de tecnologia, o youPIX CON, no qual, recorrente, a figura do consumidor vinha à tona, seja na forma de produtor de conteúdo (“*Todos com um celular têm seu próprio estúdio, diz executivo*⁵”) ou ainda de receptor deste conteúdo (“*Padronização empobrece a publicidade, diz executivo do Bradesco*⁶”). Ou seja, o consumidor de tecnologia também atua nela (ou tem a possibilidade de atuar), havendo uma ruptura do padrão que se tinha da transmissão de conteúdo da forma vertical (dos veículos de mídia para as pessoas) para a horizontal (os usuários também produzem). Por outro lado, se existe essa opção, não necessariamente ela veio para contribuir de forma positiva nas relações virtuais, bastando observar o cuidado cada vez maior com a

⁴ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/equilibriosaude/2016/08/1808729-filtros-no-instagram-podem-revelar-indicios-de-depressao-diz-estudo.shtml>>. Acessado em: 23 de abril de 2017.

⁵ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2016/09/1817632-todos-com-um-celular-tem-seu-proprio-estudio-diz-executivo.shtml>>. Acessado em: 23 de abril de 2017.

⁶ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2016/09/1817834-padronizacao-empobrece-a-publicidade-diz-executivo-do-bradesco.shtml>>. Acessado em 23 de abril de 2017.

proliferação de notícias falsas (visto, unicamente no *corpus*, na matéria *Facebook e Twitter se juntam a rede para combater notícias falsas*⁷).

2. Negócios e Serviços

É um desdobramento da questão comportamental ligado ao componente econômico, dado o tom que a *Folha* confere à tecnologia. A observação da origem da matéria, conforme citado na metodologia, possibilitou o destaque: quando a reportagem vinha do site Mercado, o foco era nos negócios (“*Dona do Google expande projeto de carros compartilhados e desafia Uber*⁸”), em contrapartida, quando tinha como origem o próprio *Tec*, a orientação era no sentido de serviço/novidade (“*Google lança aplicativo de mensagem ‘inteligente’ Allo, rival do Whatsapp*⁹”). Conforme dados revelados, 15 das 32 publicações vieram de Mercado; outras 14 de *Tec*. Além do já mencionado olhar para a tecnologia do ponto de vista empresarial, não fica muito atrás a visão propriamente tecnológica que se tem do tema, ainda que ambos girem sobre quase as mesmas personagens (nos exemplos, Google, Apple, Facebook etc), ao invés de citarem novidades e/ou inovações de empresas menores ou *startups*.

3. Temporalidade

A tecnologia sugere intrinsecamente uma visão temporal de algo que ainda vai acontecer (por exemplo: no futuro existirão carros autônomos) ou ainda, de que já se vive esse futuro (relação entre pessoas e inteligência artificial). “Agora que vivemos eletricamente num mundo instantâneo, tempo e espaço se interpenetram totalmente num mundo espaço-temporal” (MCLUHAN: 1964, p.171). O jornalismo de internet permite recuperar historicamente fatos que a mente humana desconhece ou se esqueceu. No caso, são as matérias com o eixo-temático História: “*O Galaxy Note 7 e outros fiascos famosos do mundo da tecnologia*¹⁰”; e “*Apple tenta superar queda de iPhone com conteúdo, AppStore e serviços*¹¹” retomam fatos do passado como composição do texto. O jornalismo, muitas vezes, na própria confecção noticiosa, repudia olhar para o que já aconteceu, a exemplo de casos muito recentes, pois contradiz o mérito da

⁷ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2016/09/1813183-facebook-e-twitter-se-juntam-a-rede-para-combater-noticias-falsas.shtml>>. Acessado em 23 de abril de 2017.

⁸ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1808787-dona-do-google-expande-projeto-de-carros-compartilhados-e-desafia-uber.shtml>>. Acessado em 23 de abril de 2017.

⁹ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2016/09/1815393-google-lanca-aplicativo-de-mensagem-inteligente-allo.shtml>>. Acessado em 23 de abril de 2017.

¹⁰ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/10/1822157-o-galaxy-note-7-e-outros-fiascos-famosos-do-mundo-da-tecnologia.shtml>>. Acessado em 23 de abril de 2017.

¹¹ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/10/1826520-apple-tenta-superar-queda-de-iphone-com-conteudo-appstore-e-servicos.shtml>>. Acessado em 23 de abril de 2017.

instantaneidade que se busca veicular. Em especial no jornalismo impresso, que ainda busca formas de concorrer com o online. É notável, porém, a visão tecnológica do passado distante, como visto em “*Esqueleto pode decifrar objeto mais misterioso da história da tecnologia*¹²”, no qual um artefato de dois mil anos atrás ainda é fruto de investigação. O texto não veio nem do site Mercado nem do site *Tec*, e sim do site Ciência, o que mostra a pluralidade de um mesmo objeto ser retratado no jornalismo. Percebe-se, na análise, a forma incipiente de relacionar a tecnologia a outros assuntos, tendo em vista a maioria das publicações procedentes dos sites Mercado e *Tec*. Afinal, a ideia (re)corrente tanto de tecnologia quanto de jornalismo, em especial no caso em que ambas se interpenetram, é a de um tempo acelerado em favor do capital, seja nos moldes formulados por Marx, seja como fruto da indústria cultural. Nesse aspecto, existe uma ligação na tríade mercado-produto tecnológico-jornalismo, em que as três se complementam e dialogam entre si. Conforme argumenta Marcondes Filho (1989, p. 29):

Com efeito, a própria produção da notícia significa a adaptação do fato social a alguma coisa mais rentável. Ele não só é embelezado, limpo, pintado de novo, como ocorre com outras mercadorias na prateleira para atrair a atenção do comprador; o fato social aqui é também acirrado, exagerado, forçado. De qualquer maneira, mudado para vender. [...] Semelhante às outras mercadorias, também no jornalismo o valor de uso não se vende enquanto tal, mas como “aparência do valor de uso”

Com isso, é possível estabelecer conexões com outros conceitos-chave:

a) Guy Debord: a sociedade do espetáculo – completamente atual, dialoga com a tese das relações mediadas por imagens, desprovida de vida, em prol de representação; temas que corroboram os fetiches de mercadoria e o comportamento nas diversas redes sociais existentes;

b) Jean Baudrillard: sociedade do consumo – sociedade mediada por signos a serem consumidos que, assim, visam a assegurar uma falsa tranquilidade, distanciada e iludida da visão violenta do real;

c) Zygmunt Bauman: modernidade líquida – a relação do indivíduo com a sociedade na qual se insere é cabível de ser observada, pelas novas formas, cada vez mais individualizadas, em que essas relações ocorrem, em especial no ambiente digital,

¹² Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2016/09/1815445-esqueleto-pode-decifrar-objeto-mais-misterioso-da-historia-da-tecnologia.shtml>>. Acessado em 23 de abril de 2017.

em que a imaterialidade e instantaneidade (ou seja, modificações de tempo e espaço) são recorrentes;

d) Christopher Türcke, sociedade excitada – o autor redefine a ideia de sensação (“aquilo que se percebe”) dado o momento em que se vive de plena velocidade da convivência tecnológica, resultando numa sensação que se relaciona a um tipo de vício, na busca por novos e cada vez maiores estímulos (a exemplo de notificações de rede social, de ter um maior número de seguidores ou de curtidas em publicações).

Certamente, o detalhamento de cada uma das obras não caberia neste artigo, os quais ficam de sugestão para quem se interessar nestes estudos no futuro.

Considerações Finais

O fato de a *Tec* ser a) online e b) “linkado” ao caderno de *Economia* é crucial para compreender o tom de tecnologia conferido nas notícias. Apesar do grande interesse de mercado e no fetiche de mercadorias, ainda se percebe a existência de material voltado ao comportamento vivenciado no ambiente virtual. Temas como sociedade do espetáculo, sociedade do consumo e modernidade líquida giram em torno de economia e tecnologia. A comunicação, e, no caso, o jornalismo, elemento de fundamental importância numa sociedade democrática da informação, encontra-se também nesse meio.

As evidências de certos conteúdos são importantes quando se pensa no que poderia ser ao invés do que se é. Passaria despercebido, não fosse pela comparação em um conjunto de elementos. A maioria deles soa repetitivo (relação tecnologia/mercado), mas existem situações adversas (tecnologia/comportamento, tecnologia/saúde). O campo de visão de *Tec* pode ser ampliado ou reinterpretado, a depender de decisões editoriais.

O fazer jornalístico se vê fortemente inserido no contexto da indústria cultural, tanto pela forma com que é feito e, inclusive, pelo material que é veiculado. A (re)produção transforma a informação em mercadoria a ser consumida e então descartada – da mesma forma que grande parte do material noticiado na *Seção Tec* – sendo esta a força-motriz do mercado consumista, o qual tem ligação com o senso de tecnologia na seção da *Folha*.

A observação dos valores-notícia realça o direcionamento a grandes marcas as quais movimentam extensas somas financeiras, mas sem deixar de ser algo muito

distante do leitor (vide *significância*). Assim, abre-se espaço para discussão acerca da cultura digital, tanto por esta ser o meio de atuação da *Tec* como por, também, ser objeto de diálogo entre o meio de comunicação e o leitor, envolvendo sociedade (*online* e *off-line*, ou seja, virtualização), história contemporânea, mercantilização e racionalização.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento** – Fragmentos Filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida** – Sobre a Fragilidade dos Laços Humanos. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade do Consumo**. Trad. A. Mourão. Lisboa: Ed. Presença, 1976.

DEBORD; Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia** – Jornalismo como Produção Social da Segunda Natureza, 2ª. ed. São Paula: Editora Ática, 1989.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

PIAZENTIN, Gabriel Agostinho. **TEC da Folha: Jornalismo e Mediação Simbólica**. Relatório Parcial do Projeto de Iniciação Científica. Piracicaba: Unimep (publicação interna), 2017.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – Vol I – Porque as Notícias São como São**, 2ª. Ed. Florianópolis: Insular, 2005a.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – Vol. II – A Tribo Jornalística** – Uma Comunidade Interpretativa Transnacional. Ed. Florianópolis: Insular, 2005b.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade Excitada: Filosofia da Sensação**. Tradução: Antonio A.S. Zuin [et al]. Campinas: Ed. Unicamp, 2010, 323p.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**, 5ª. Ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

ZUMESTEEN, Vanessa Cristina. **Link: Jornalismo e Cultura Digital**. Relatório Final do Projeto de Iniciação Científica. Piracicaba: Unimep (publicação interna), 2016.