



## **Trajatória para definição do recorte metodológico para o mapeamento das mídias digitais da Região Metropolitana do Cariri<sup>1</sup>**

Débora Silva COSTA<sup>2</sup>

Ricardo Rigaud SALMITO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

### **Resumo**

A identificação das mídias digitais (sites e blogs) da região do Cariri cearense foi um dos objetivos durante o ano de 2012 do Projeto de Monitoria de Graduação de Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri, desenvolvido pelo curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri. Devido ao caráter dinâmico e ilimitado da Internet, a tarefa de efetuar um recorte neste objeto de estudo exigiu o desenvolvimento de um método específico. A trajetória para definição das páginas da região do Cariri que seriam mapeadas incluiu desde leitura e embasamento teórico; visualização e compilação de diversas páginas na web; elaboração de questionário padronizado abrangendo diversos aspectos da plataforma digital; e até mesmo buscas pela opinião de especialistas no assunto. Este artigo é uma descrição metodológica da trajetória para uma delimitação deste objeto.

**Palavras-chave:** metodologia; mapeamento; Cariri; mídias digitais.

### **1. Introdução**

O presente artigo descreve uma trajetória para delimitação de um recorte metodológico para identificação e mapeamento de mídias digitais (sites e blogs<sup>4</sup>) da região do Cariri cearense, e é proveniente das discussões realizadas no Projeto de Monitoria de Graduação de Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 5 - Rádio, TV e Internet, do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – João Pessoa – PB

<sup>2</sup> Recém-graduada do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA), email: debora-s.costa@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA), email: rsalmito@cariri.ufc.br

<sup>4</sup> Blog (contração do termo inglês web log, “diário na web”) é uma “publicação facilitada por ferramenta na Internet, normalmente associada a uma estrutura de pequenos textos com ordem cronológica inversa” (RECUERO, 2010, pág. 178), com a possibilidade de interação com os leitores através de comentários.



Cariri. Tal projeto foi uma atividade desenvolvida de março de 2011 a janeiro de 2013 pelo curso de Comunicação Social (Jornalismo) da então Universidade Federal do Ceará (UFC Campus Cariri), hoje Universidade Federal do Cariri (UFCA), através da Pró-reitoria de Graduação (Prograd). O principal objetivo da monitoria é o reconhecimento da atuação comunicacional na região, a fim de auxiliar o desenvolvimento do curso de Jornalismo (que é o primeiro do interior do estado e tem pouco mais de quatro anos de existência), adaptando a sua matriz curricular a essa realidade comunicacional local.

Normalmente não se está muito acostumado na pesquisa em Comunicação ou mesmo nos procedimentos de pesquisa de uma maneira geral, com a explicitação pormenorizada da metodologia. Aliás, esta raramente é o ‘prato principal’ do texto. O método é sempre o caminho para se chegar a algo e não o ‘algo’. O que é justo quando se pensa nos objetivos de qualquer pesquisa. Contudo, para a Pesquisa e o avanço do próprio campo da Comunicação, é fundamental cada vez mais criarmos nosso próprio caminho metodológico e torna-lo público. Não apenas para organização textual, mas para cumprir dois objetivos muito caros: 1) valorizar o próprio objeto da pesquisa, visto que os objetos e temas de pesquisa inúmeras vezes recebem uma metodologia pré-pronta a se ir aplicando indistintamente; e 2) ampliar o próprio campo de pesquisa em comunicação com invenções de método.

O texto que se segue é uma tentativa de ao mesmo tempo dar conta de um problema de pesquisa, os sites e blogs da região do Cariri cearense e contribuir para a reflexão sobre as metodologias de investigação no ciberespaço.

Os dados sobre a história dos veículos e das práticas jornalísticas e comunicacionais existentes no Cariri foram colhidos por meio de visitas técnicas às instituições e entrevistas com seus responsáveis e/ou funcionários. A monitoria esteve sob responsabilidade de estudantes (bolsistas) do curso de Jornalismo, e de dois professores do mesmo curso. Num primeiro momento do projeto, no ano de 2011, foi feita a identificação das mídias tradicionais, a saber: rádios, TVs e veículos impressos, distribuídos nas cidades de Barbalha, Crato e Juazeiro do Norte, as principais cidades da região. Em sua segunda fase, a proposta do projeto foi de mapear as mídias digitais, as assessorias de imprensa e as formas alternativas de comunicação.



No primeiro semestre do ano de 2012 o grupo de Mapeamento se propôs a reconhecer e coletar dados a respeito das práticas comunicacionais nas plataformas digitais, a saber: websites e weblogs da Região Metropolitana do Cariri. Devido ao caráter dinâmico, plural, heterogêneo e ilimitado da Internet, a tarefa de efetuar um recorte no objeto de estudo exigiu dedicação, pesquisa, ponderação e tempo dobrados. A trajetória para definição do que seria mapeado entre inúmeras possibilidades incluiu desde leitura e embasamento teórico sobre o tema; visualização e compilação de diversas páginas sobre o Cariri na web; elaboração de um questionário padronizado abrangendo os diversos aspectos da plataforma digital; e até mesmo buscas pela opinião de especialistas no assunto. O presente artigo se propõe a descrever passo a passo todo esse caminho percorrido pela equipe até obter um objeto de estudo razoável e que faça jus à realidade webcomunicacional no Cariri.

## 2. Trajetória para a definição do objeto

Depois da primeira reunião do Grupo de Mapeamento no ano de 2012, que ocorreu no dia 1º de março, ficou definido que a Internet seria a primeira dimensão da comunicação a ser mapeada na segunda fase do projeto. No encontro seguinte (08 de março) começou a se pensar alguns critérios a serem identificados e mapeados nessas mídias, quais são: emissão, convergência midiática, produção de conteúdo. Também se propôs a listagem de quais veículos de comunicação tradicionais (rádios, TVs, mídias impressas) já mapeados no ano anterior (2011) possuem espaço online, a fim de observar a convergência<sup>5</sup> entre mídias. O resultado foi o seguinte: de 25 veículos de comunicação da região, 18 possuem página na internet, seja site ou blog, a saber:

<b>VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO</b>	<b>ENDEREÇO NA INTERNET</b>
<b>Cariri Revista:</b>	<a href="http://www.caririrevista.com.br">www.caririrevista.com.br</a>
<b>Jornal do Cariri:</b>	<a href="http://www.jornaldocariri.com.br">www.jornaldocariri.com.br</a>
<b>Jornal Gazeta de Notícias:</b>	<a href="http://www.gazetadenoticiascariri.blogspot.com">www.gazetadenoticiascariri.blogspot.com</a>

<sup>5</sup> “Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação.” (JENKINS, 2008, p. 27)



<b>Rádio Barbalha FM:</b>	<a href="http://www.barbalhafm.com.br">www.barbalhafm.com.br</a>
<b>Rádio Cetama AM:</b>	<a href="http://www.cetama.com.br">www.cetama.com.br</a>
<b>Rádio Educadora AM:</b>	<a href="http://www.radioeducadora1020.com.br">www.radioeducadora1020.com.br</a>
<b>Rádio Juazeiro FM:</b>	<a href="http://www.juazeirofm.com.br/">www.juazeirofm.com.br/</a>
<b>Rádio Padre Cícero FM:</b>	<a href="http://www.radiopadrecicero.org.br">www.radiopadrecicero.org.br</a>
<b>Rádio Princesa FM:</b>	<a href="http://www.princesafm.com.br">www.princesafm.com.br</a>
<b>Rádio Progresso AM:</b>	<a href="http://www.radioprogressoam.com.br">www.radioprogressoam.com.br</a>
<b>Rádio São Francisco FM:</b>	<a href="http://www.radiosaofranciscofm105.blogspot.com">www.radiosaofranciscofm105.blogspot.com</a>
<b>Rádio SomZoom Sat FM:</b>	<a href="http://www.somzoom.com.br">www.somzoom.com.br</a>
<b>Rádio Tempo FM:</b>	<a href="http://www.radiotempofm.com.br">www.radiotempofm.com.br</a>
<b>Rádio Vale FM:</b>	<a href="http://www.vale99.com.br">www.vale99.com.br</a>
<b>Sucursal do Jornal Diário do Nordeste:</b>	<a href="http://www.diariodonordeste.com.br/cariri">www.diariodonordeste.com.br/cariri</a>
<b>Sucursal do Jornal O Povo:</b>	<a href="http://www.opovo.com.br/colunas/cariri">www.opovo.com.br/colunas/cariri</a>
<b>TV Verde Vale:</b>	<a href="http://www.tvverdevale.blogspot.com">www.tvverdevale.blogspot.com</a>
<b>TV Verdes Mares Cariri:</b>	<a href="http://www.g1.globo.com/videos/ceara/cetv1dicao">www.g1.globo.com/videos/ceara/cetv1dicao</a>

**Tabela 1 - Veículos de comunicação da região do Cariri cearense que possuem página na Internet**

No encontro do dia 13 de março, foi discutido o texto *Cibercultura como território recombinate*, de André Lemos (2006), que trata sobre as três leis da cibercultura, quais são: liberação do polo de emissão, interconexão generalizada e reconfiguração sociocultural. Segundo o autor, as mídias digitais encorajam a capacidade de criação e facilitam uma expressão cultural e de linguagens, a *liberação do polo emissor*: “o antigo ‘receptor’ passa a produzir e emitir sua própria informação, de forma livre, multimodal (vários formatos midiáticos) e planetária.” (LEMOS, 2006, p. 39) Mas a Internet também, “configura-se como lugar de conexão e compartilhamento” (LEMOS, 2006, p. 40), surgindo como ferramenta de união, mobilização e *conexão generalizada* de atores diversos. Emitir e conectar produz o terceiro princípio: a *reconfiguração*. “Sempre que há emissão livre (liberdade de vozes, de opinião, de ideias) e conexão (de pessoas ou grupos), há sempre mudança.” (LEMOS, 2006, pág. 41).

Diferente dos meios massivos tradicionais, que trabalham com a perspectiva do Um-Muitos, ou seja, um emissor envia mensagens ou informações para muitos receptores, sem possibilidade de retorno no mesmo canal, o pólo da emissão, como enfatiza Lemos,



foi ampliado para qualquer indivíduo que esteja sob conexão. A leitura e debate do texto foram de real importância para a compreensão e apreensão dessa nova dimensão a ser mapeada, tão peculiar e complexa.

Na mesma reunião também foi proposta a elaboração prévia do questionário para mapeamento das mídias digitais com base no padrão já estabelecido com os questionários já utilizados nas outras mídias. Também foi discutida a possibilidade de fazer uma pesquisa de opinião com os alunos do curso para saber quais são os blogs do Cariri mais acessados por eles. Tal proposta acabou não sendo colocada em prática, uma vez que demandaria grande esforço e os resultados não seriam satisfatórios, já que esses dados se relacionariam apenas às preferências de um pequeno grupo, não abrangendo a totalidade webcomunicacional da região. Os monitores também iniciaram a busca por outros sites e blogs da região, realizando anotações sobre os mesmos e *prints* das páginas, para discussão nos encontros seguintes. Ao final da pesquisa, a equipe encontrou quase 40 páginas atualizadas do Cariri. Essa lista inclui, além das páginas já mencionadas (dos veículos de comunicação da região), os seguintes sites e blogs:

<b>SITES</b>	<b>ENDEREÇOS ELETRÔNICOS</b>
<b>Miséria:</b>	<a href="http://www.miseria.com.br">www.miseria.com.br</a>
<b>Contraponto Cariri:</b>	<a href="http://www.contrapontocariri.com.br/novo">www.contrapontocariri.com.br/novo</a>
<b>Veja Juazeiro:</b>	<a href="http://www.vejajuazeiro.com.br">www.vejajuazeiro.com.br</a>
<b>Chapada do Araripe:</b>	<a href="http://www.crato.org/chapadadoararipe">www.crato.org/chapadadoararipe</a>
<b>O Lagoense:</b>	<a href="http://www.olagoense.com.br">www.olagoense.com.br</a>
<b>Meu Cariri:</b>	<a href="http://www.meucariri.com.br">www.meucariri.com.br</a>

Tabela 2 - Sites da região do Cariri cearense encontrados pelo grupo de Mapeamento

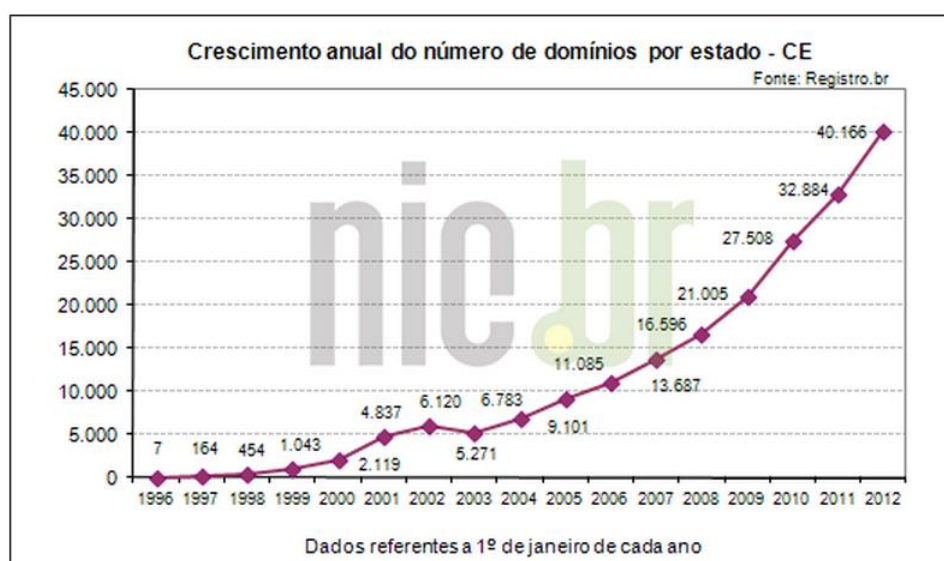
<b>BLOGS</b>	<b>ENDEREÇOS ELETRÔNICOS</b>
<b>Coletivo Camaradas:</b>	<a href="http://www.coletivocamaradas.blogspot.com.br/">www.coletivocamaradas.blogspot.com.br/</a>
<b>Cariricaturas:</b>	<a href="http://www.cariricaturas.blogspot.com">www.cariricaturas.blogspot.com</a>
<b>Blog do Juazeiro:</b>	<a href="http://www.blogdojuazeiro.blogspot.com">www.blogdojuazeiro.blogspot.com</a>
<b>O Berro:</b>	<a href="http://www.oberronet.blogspot.com">www.oberronet.blogspot.com</a>
<b>Cariricult:</b>	<a href="http://www.cariricult.blogspot.com">www.cariricult.blogspot.com</a>
<b>Blog do Tarso Araújo:</b>	<a href="http://www.tarsoaraujo.blogspot.com">www.tarsoaraujo.blogspot.com</a>



<b>Barbalha em Foco:</b>	<a href="http://www.barbalhaemfoco.blogspot.com">www.barbalhaemfoco.blogspot.com</a>
<b>ZoomCariri:</b>	<a href="http://www.fotografiasdocariri.blogspot.com">www.fotografiasdocariri.blogspot.com</a>
<b>Blog do Crato:</b>	<a href="http://www.blogdocrato.blogspot.com">www.blogdocrato.blogspot.com</a>
<b>Cariri Agora:</b>	<a href="http://www.caririag.blogspot.com">www.caririag.blogspot.com</a>
<b>Blog do Wilson Bernardo:</b>	<a href="http://www.wbpoemapostal.blogspot.com">www.wbpoemapostal.blogspot.com</a>
<b>Democrato:</b>	<a href="http://www.odemocrato.blogspot.com">www.odemocrato.blogspot.com</a>
<b>Cariri Cangaço:</b>	<a href="http://www.cariricangaco.blogspot.com">www.cariricangaco.blogspot.com</a>
<b>Revista do Beto Fernandes:</b>	<a href="http://www.revistadobeto.blogspot.com">www.revistadobeto.blogspot.com</a>
<b>Cultura no Cariri:</b>	<a href="http://www.culturanocariri.blogspot.com">www.culturanocariri.blogspot.com</a>
<b>Blog do Emerson Monteiro:</b>	<a href="http://www.monteiroemerson.blogspot.com">www.monteiroemerson.blogspot.com</a>

**Tabela 3 - Blogs da região do Cariri cearense encontrados pelo grupo de Mapeamento**

O professor Ricardo Rigaud Salmito, orientador do projeto, propôs que os monitores realizassem uma pesquisa junto ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, campus de Juazeiro do Norte, para obter informações sobre a possibilidade de existir uma contagem oficial de páginas no Cariri e quais seriam esses sites e blogs. A visita ocorreu no dia 14 de março de 2012 e na oportunidade as monitoras Débora Costa e Naiara Carneiro entrevistaram o técnico em informática Lucinaldo Gomes. Ele indicou o site *Registros.br*, que é o endereço para registro de domínios de sites nacionais, que poderia conter essa informação. No entanto, o site indicado possuía apenas informações a nível estadual, no caso, do Ceará, como se pode observar no gráfico a seguir:





Também foi proposto que os monitores fizessem uma observação de quatro blogs durante o período de uma semana, reparando na composição da página, sessões, interatividade, convergência, relação com grupos políticos, religiosos e empresariais, entre outros aspectos importantes. A pesquisa foi realizada entre os dias 15 e 21 de março de 2012. Os debates preliminares e a atenção direcionada para as páginas na web foram extremamente interessantes e relevantes para a realização do projeto do mapeamento dos ambientes comunicacionais. Observar os sites e blogs de Juazeiro, Crato e Barbalha, por exemplo, e analisar sua organização, suas ênfases, suas escolhas visuais e temáticas, foi uma experiência enriquecedora e produtora de compreensão da importância do próprio projeto de monitoria e até mesmo do curso de Jornalismo.

No encontro do dia 21 de março foram expostas as pesquisas de cada monitor e a partir daí iniciou-se a discussão sobre o que viria efetivamente a ser mapeado. Para isso foi proposta uma compilação mínima dos sites e blogs já encontrados, anotando sobre cada um deles as seguintes categorias: assunto, organização, atualização, e outro aspecto em destaque. Também no mesmo encontro se cogitou a dinâmica das entrevistas, e foi realizada a finalização do questionário, acrescentando alguns pontos (como motivação para a criação da página; multimídia - vídeos, áudio, imagens; seguidores - no caso dos blogs; relação com as redes sociais - se há postagens nessas redes, e se estas interferiram na dinâmica do site; etc.)

O objetivo de um questionário não é “aprimorar” a pesquisa, mas sim servir como guia, norteando a entrevista, a fim de obter dados relevantes e úteis e que possam ser facilmente padronizados e encontrados em forma de relatório. Ao final de todo o trabalho ficaram definidos quatro questionários básicos: um para sites, outro para blogs, e mais dois para sites e blogs com convergência midiática, ou seja, sites e blogs que pertencem a veículos de comunicação já estabelecidos, como jornais, rádios ou TVs.

No dia seguinte o grupo de mapeamento contou com a participação do professor do setor de estudos do webjornalismo da Universidade Federal do Cariri, Diógenes D'Arce Cardoso de Luna. A ocasião foi idealizada para problematizar algumas questões ainda pendentes antes da ida a campo. Uma dessas questões refere-se a quais tipos de blogs direcionar a investigação: se apenas àqueles que se propõem a produzir um conteúdo



informativo-jornalístico ou também aos blogs pessoais de assuntos e enfoques diversos. Foi discutida a importância das análises qualitativas e, se possível, quantitativas. E, pela primeira vez, levantou-se a questão da quantidade de acessos como fator determinante para definirmos a lista final de sites/blogs a serem pesquisados. Cogitou-se, assim, a possibilidade de conseguirmos esses dados junto às empresas administradoras dos domínios, como no caso dos blogs, em que podemos investigar o Blogspot, o Wordpress, o Tumblr, o Uol, entre outros. No caso dos sites, porém, isso já fora detectado como improvável, quando feita a pesquisa na empresa nacional de registros de domínios de sites.

Outro ponto debatido diz respeito à observação das redes sociais. Não foi objetivo aqui tratar das redes sociais. Mesmo sabendo da importância das redes a partir de uma cultura global emergente (CAPRA, 2008) que amplia o debate para diversos campos da Ciência aos negócios. O professor Diógenes Luna também recomendou a relevante leitura do texto *Blogs e seus gêneros: avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa*, de Alex Primo (2008), que seria discutido no encontro seguinte (27 de março) pelo grupo de Mapeamento. Diante da crescente variedade de blogs e da demanda por uma metodologia que permita categorizá-los respeitando suas diferenças, o autor Alex Primo propõe um método para a tipificação de blogs. A partir desse procedimento, 16 gêneros de blogs são definidos e discutidos. Quais sejam:

## TIPOS DE BLOGS

<b>Blog profissional</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>auto-reflexivo</li><li>informativo interno</li><li>informativo</li><li>Reflexivo</li></ul>	Blog individual escrito por uma pessoa com especialização em determinada área, na qual atua profissionalmente, cujo impacto pode ser identificado nos posts.
<b>Blog pessoal</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>auto-reflexivo</li><li>informativo interno</li><li>informativo</li><li>Reflexivo</li></ul>	Uma produção individual, não guiada por objetivos e estratégias bem definidos nem consonância com o trabalho do autor. As principais motivações que o movem são o prazer de expressar-se e interagir.





<b>Blog grupal</b>	auto-reflexivo informativo interno informativo Reflexivo	Produzido por pelo menos duas pessoas. O foco se volta para temas de interesse do grupo. A publicação dos posts pode tanto ser individual, quanto assinada por todos os participantes.
<b>Blog organizacional</b>	auto-reflexivo informativo interno informativo Reflexivo	Blog coletivo onde os autores estão sujeitos a restrições na interação com as audiências e na criação de <i>posts</i> , levando em conta que os assinarão como membros de uma organização.

**Tabela 4 – Categorização dos blogs a partir de PRIMO (2008)**

A classificação de Alex Primo justifica-se por apreender a produção (do individual para o coletivo), o conteúdo (reflexão ou relato), o tipo de interação (cotidiana ou formalizada) e a abrangência (interno ou externo). Com base na sua pesquisa, realizada entre os 50 blogs mais populares no Brasil, resolvemos realizar também uma classificação similar entre os blogs já encontrados e outros que continuamos encontrando ao longo do desenvolvimento da pesquisa, acrescentados à lista, que já ultrapassava os 50 sites/blogs. Pensou-se a princípio que, uma vez classificando as páginas, poderíamos definir quais categorias seriam realmente relevantes para o trabalho e eliminar os blogs que se enquadrassem nas demais categorias, funcionando assim a classificação como uma espécie de filtro para definição do objeto final.

No dia 10 de abril, já um mês após o início dos trabalhos, foi proposta pelo professor orientador Ricardo Salmito uma nova análise dos blogs, desta vez aplicando o esboço do questionário que tínhamos até aquela data, como os seguintes propósitos: pensar novos itens para o questionário, observar quais os itens que não se aplicam, tentar definir novos critérios para organizar, classificar os blogs de acordo com Alex Primo e também propor novas categorias. Cada monitor analisaria quinze blogs a sua escolha.

Na prática, cada monitor encontrou resultados distintos, gerando ainda mais discussão e indefinição sobre qual categoria seria a mais adequada para avaliar cada blog. Além disso, vale ressaltar que os mesmos critérios nem poderiam ser aplicados ao



mapeamento de sites, sendo necessário um trabalho a parte para definir novos critérios para estes. Assim, foi cogitado o abandono dessa classificação de Alex Primo, não eliminando, no entanto, a perspectiva de utilizá-las como base para novas classificações e a posterior definição de um objeto de pesquisa justificável. Discutimos então a possibilidade de adotar novas categorias criadas tendo por base as desenvolvidas por Alex Primo, quais seriam: pessoal, profissional, grupal e organizacional e misto. Outra classificação pensada foi: pessoal reflexivo, pessoal profissional, pessoal informativo, mas necessitando ainda de uma classificação para os blogs coletivos.

Nos primeiros encontros de maio resolveu-se determinar finalmente os critérios para a escolha/eliminação de sites e blogs, e poder, assim, inaugurar a etapa prática e externa do mapeamento - a visita aos administradores dos ambientes digitais. Mas a tentativa de demarcar critérios de afinamento e filtragem de páginas da web gerou novas dificuldades, novas discussões e novas perspectivas de trabalho. Por exemplo, ficou decidido inicialmente que seriam eliminados da pesquisa aqueles blogs de caráter meramente reflexivo ou produzido com forte apelo subjetivo. Mas só essa determinação já é algo muito complexo, pois em muitos dos casos a reflexão vem aliada à informação nas postagens, provocando assim uma nova espécie de classificação (blogs mistos). Depois foi definida a eliminação dos blogs de caráter auto-reflexivo. Mas esses blogs representam uma quantidade pequena e irrelevante, sobrando muita coisa a ser mapeada, demandando bastante tempo e esforço.

A seguir cogitou-se a possibilidade de ficar apenas com os blogs que se propõem a ser informativos/jornalísticos. No entanto, assim pode-se também estar eliminando uma grande quantidade de blogs relevantes que tratam sobre outras temáticas, tais como cultura, esportes, etc. Outro critério de eliminação pensado foi o fato de a produção ser própria (realizada pelos próprios administradores) ou copiada e colada de outras fontes sem alteração significativa. Mas isso também se mostrou impossível, pois não haveríamos de encontrar um blog ou site sequer que não tivesse conteúdo copiado de outros. Pensou-se também na questão da atualização, avaliando a periodicidade das postagens e escolhendo aqueles blogs que tivessem uma frequência maior de alimentação de conteúdo. Mas a lista ainda assim seria imensa, pois muitos blogs da região possuem uma atualização diária ou até várias vezes por semana.



Outro passo para a resolução do problema ainda foi a tentativa de estipular um período para a avaliação das postagens: ficou definido que seriam observados em cada blog os *posts* dos meses de fevereiro e março, e feita uma contagem de quantos deles são próprios, quantos são copiados, quantos são reflexivos, e quantos são informativos. Ao final permaneceriam aqueles que tivessem uma porcentagem de mais de 50% das postagens informativas e próprias, isto é, produzidas pelos próprios administradores. Mas essa nova perspectiva foi novamente abandonada por não funcionar como filtro para a pesquisa, pois ainda seria necessário olhar todos os blogs encontrados, demandando ainda mais trabalho que antes. Mais do que a questão do esforço e do tempo, um bom recorte do objeto de pesquisa era necessário para a otimização do trabalho e para ser uma representação confiável da realidade webmidiática da região, inapreensível em sua totalidade.

Por fim, as discussões mostraram-se produtivas, mas ainda sem encontrar uma lista final de páginas para o início dos trabalhos. Então foi resolvido que os trabalhos começariam, com os sites e blogs que já tínhamos como certos, que eram os referentes aos veículos de comunicação, que seriam analisados independentemente da sua relevância como fonte informacional para o Cariri, uma vez que são importantes para o projeto de Mapeamento pelo simples fato de representarem a situação da convergência midiática na região. As visitas dos monitores aos mantenedores dos blogs e sites dos meios de comunicação, munidos do questionário finalizado e com o novo propósito de entrevistar os responsáveis pela administração das páginas na web, foi acertado no dia 12 de abril.

Na semana seguinte deu-se uma pequena pausa na execução nos trabalhos para a produção dos seguintes artigos pelos monitores do mapeamento para o Intercom - XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Recife - PE 2012, utilizando como objetos de análise os veículos de comunicação mapeados pelo projeto no ano anterior. O próximo encontro, realizado no dia 24 de abril, foi direcionado à discussão dos resultados das visitas e definição do modelo de relatório para os sites e blogs já mapeados. Estes relatórios deveriam conter todas as informações básicas e de destaque sobre cada objeto da pesquisa. Determinou-se enfim, que o relatório deveria conter uma descrição do site/blog, uma análise mais profunda, dando ênfase especial na convergência midiática, que justificou as visitas aos mesmos.



Nos encontros do mês de maio finalmente chegou-se a uma demarcação do objeto de estudo justificável e confiável para a continuação dos trabalhos. Uma vez que a demarcação por critérios não se demonstrava produtiva e conclusiva, pois uma análise qualitativa pode variar de pessoa para pessoa, resolveu-se optar pela maior exatidão de uma análise quantitativa. O grupo não chegou a obter dados concretos e exatos sobre os sites e blogs mais acessados das cidades de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, como se pôde ver ao longo da trajetória aqui relatada. Mas foi descoberta outra maneira, igualmente válida, de saber quais páginas recebem mais acessos na região.

Colocando-se, uma de cada vez, as palavras/expressões “CRATO”, “JUAZEIRO DO NORTE” e “BARBALHA” em um site popular de pesquisa, pode-se obter as páginas (incluindo sites e blogs) que são efetivamente as mais pesquisadas de cada cidade. Isso foi testado diversas vezes, em dias, computadores, e situações diferentes, por cada um dos monitores, obtendo resultados semelhantes, ou com poucas variações ao compararem-se os dados colhidos. Para Yamaoka (2006, p. 153), “os mecanismos de busca têm como prioridade a indexação do maior volume de documentos da web, buscando o máximo de acesso, a indexação automática e a recuperação e apresentação dos resultados baseados em critérios de relevância”.

O site de pesquisa inicialmente utilizado foi o Google, o de uso mais comum entre os monitores. Também foram testados outros buscadores, como o Bing e o Yahoo, porém os resultados do Google mostraram-se mais úteis, uma vez que não incluía tantos sites de propaganda e não eliminava vários sites realmente relevantes da região.

Uma vez escolhido o site, foi definido então o limite da pesquisa: seriam anotados todos os resultados obtidos na primeira e segunda páginas, cada uma mostrando cerca de 10 resultados, totalizando assim os 20 primeiros resultados, que correspondessem a páginas na web. Desses resultados seriam eliminadas as páginas que notavelmente não fossem sobre o Cariri, ou não fossem produzidas na região, ou que fossem de instituições, sites de informações turísticas, sites de anúncios, como por exemplo: Wikipédia, Prefeituras, G1, OAB, IFET, URCA, etc.

A partir desse filtro inicial, foram comparadas as listas finais de pesquisa para cada cidade, eliminando-se os resultados semelhantes (alguns sites/blogs apareceram nas



pesquisas das três cidades ou de duas delas\*), ficando ao final uma lista de 20 sites/blogs realmente representativos da região:

“CRATO”	“JUAZEIRO DO NORTE”	“BARBALHA”
Blog do Crato	Veja Juazeiro	Barbalha Online
Crato Notícias*	<u>Rádio Progresso</u>	Barbalha em foco
Cariri Notícia*	JuaNorte	<u>Rádio Barbalha FM</u>
Miséria*	<u>Rádio Vale FM</u>	<u>Rádio Cetama</u>
<u>Rádio Educadora</u>	Blog do Juazeiro	Diário do Cariri
Chapada do Araripe*	<u>Rádio Tempo FM</u>	O Lagoense
Cariri Esportes*	<u>Rádio Padre Cícero</u>	

**Tabela 5 – Lista final de sites e blogs da região do Cariri selecionados pelo grupo de Mapeamento**

Levando-se em conta que algumas dessas páginas já haviam sido mapeadas anteriormente no projeto (aquelas que têm convergência com veículos de comunicação tradicionais), o trabalho restringiu-se a apenas mais 13 sites/blogs. É possível perceber que os jornais, as rádios e TVs publicam ou emitem nos dias atuais parte considerável (ou sua totalidade) de conteúdos produzidos na web (LEMOS e LÉVY, 2010).

As páginas foram divididas entre os integrantes do projeto de mapeamento, que começaram a realizar as visitas, em dupla ou trio. Nos encontros seguintes foi definido também modelo padrão de relatório para esses novos objetos mapeados. O relatório deveria conter: um breve histórico, a infra-estrutura (se existe local próprio para a sede do site/blog), como foi o acesso aos responsáveis, se a produção é coletiva ou individual, se é própria ou copiada, o tipo de conteúdo, a presença de produção jornalística na página, a existência de publicidade (especificando tamanho e valor), a manutenção financeira do espaço na web, a quantidade de acessos (se há um medidor de visitas), a periodicidade das atualizações e registros fotográficos do local/entrevistado, uma análise do design da página (visual, propaganda, organização das notícias), a utilização dos recursos multimídia, a participação do público (se é moderada ou não), particularidades de cada página, etc.



### **3. Conclusão**

Como já observado, o presente artigo propôs-se essencialmente a explicitar e explicar a série de acontecimentos que levaram finalmente a escolha/delimitação do objeto de mapeamento em meio ao amplo espaço webmidiático da região do Cariri. Vale ressaltar que, além de terem o objetivo de determinar a lista final do que seria efetivamente mapeado pelo grupo, as observações e discussões, cada vez mais profundas e registradas, revelaram várias tendências e características bem peculiares das páginas do Cariri na web.

Foi possível constatar: grande associação com a política e religião, grande quantidade de blogs sobre cultura no Cariri, grande quantidade de propaganda e pouca produção de conteúdo, boa parte das postagens copiadas de outras fontes, como sites maiores e de destaque nacional ou até compartilhamento de conteúdo semelhante entre diversos sites/blogs da mesma região, a existência de associações/redes de sites e blogs, sensacionalismo muito utilizado para conseguir mais acessos e pouca preocupação com a harmonia visual da página. Além disso, as páginas dos veículos de comunicação tradicionais são geralmente utilizadas apenas como o espaço na web, sem produção de conteúdo diferenciado, aproveitando de forma muito escassa os recursos possibilitados pela convergência.

É interessante frisar que a quantidade de blogs e sites das cidades de Barbalha, Crato e Juazeiro do Norte na região do Cariri não se esgota em absoluto com esse mapeamento, que estabeleceu um recorte muito específico. A capacidade do ciberespaço de compor novos arranjos e as possibilidades de criação de sítios na web está muito além das nossas possibilidades de registro e acompanhamento. O objetivo aqui foi tomar os blogs e sites mais representativos de acordo com o filtro construído no decorrer da própria pesquisa.



## Referências bibliográficas

CAPRA, Frijof. **Vivendo redes**. In: DUARTE, F.; QUANDT, C.; SOUZA, Q. (orgs.) O tempo das redes. São Paulo: Perspectiva, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André, LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura como território recombinate**. In: MARTINS, C.; SILVA, D.; MOTTA, R. (orgs.). Territórios Recombinantes. São Paulo: Cadernos Instituto Sérgio Motta, 2006.

PRIMO, Alex. **Blogs e seus gêneros: avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa**. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2008, Natal. Anais, 2008. Disponível em: <[http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/50\\_blogs.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/50_blogs.pdf)>. Acesso em 01 abr 2014, 10h49.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

YAMAOKA, Eloi. **O uso da internet**. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2006