



Análise de conteúdo da Folha de São Paulo no microblog Tumblr¹

Ana Carolina Fante Escobar²
Sônia Regina Schena Bertol³

Resumo

A presente pesquisa encontra-se em andamento, caracteriza-se como um trabalho monográfico destinado à conclusão de curso de graduação e tem como objetivo geral analisar o conteúdo presente no microblog Tumblr da Folha de São Paulo, através das teorias de Laurence Bardin. Para tanto estão sendo abordados conceitos específicos para a compreensão do cenário jornalístico na era digital, tais como Cibercultura, Jornalismo Online, weblog e, por fim, microblog, baseando-se em autores considerados referência nos estudos circunscritos ao tema da pesquisa. Como investigação secundária, também nos propomos a verificar o papel do jornalista e qual a melhor forma de produzir-se uma matéria jornalística, fazendo uso de todas as ferramentas dispostas nos canais digitais.

Palavras-chave

Jornalismo Online; Jornalismo; Folha de São Paulo; Tumblr; Análise de conteúdo

Cibercultura: A Cultura vigente do século XXI

Neste subtítulo serão discutidas ideias e perspectivas da Cibercultura e sua implicação na organização social do século XXI. Serão utilizados aportes teóricos de André Lemos e Pierre Lévy, considerando-se a importância desses autores na conceituação dessa temática.

A cibercultura pode ser compreendida através de várias abordagens teóricas, convergentes ou não. A Expressão criada por Pierre Levy, para sintetizar o mundo digital, centralizando múltiplas funcionalidades, é descrita por Amaral e Montardo (2012, p. 02), em uma breve coligação de definições:

Para Tuner (2006); descrições mais fluidas, voltadas aos aspectos sociais dos fenômenos culturais emergentes como em Lévy (1999) e em Lemos (2002); como integrante da noção de comunicação para Felentino (2007); como uma definição que tematiza o estudo das

¹ Trabalho apresentado na DT 01 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, realizado de 03 a 05 de julho de 2013.

² Estudante de Graduação do 7º. Semestre do curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo. E-mail: 112102@upf.br

³ Orientadora do trabalho. Professora e pesquisadora do curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo. E-mail: sobertol@upf.br



práticas culturais e os estilos de vida em sua relação com as tecnologias para Macek(2005), Felinto (2008) e Amaral (2008); ou uma aproximação na qual o foco seja as relações, os padrões e os artefatos de trocas de produção cultural on-line como para Foot (2012); e nas vinculações com a Indústria Cultural e a Teoria Crítica em autores como Trivinho (2007) ou Rudgiger (2011).

Entende-se, então que a cibercultura é uma forma de relação entre sociedade, cultura e novas tecnologias. Tornando, por vez a comunicação mais flexível, propondo verdades absolutas, sem um único elemento emissor, alimentando uma pró-atividade até então desconhecida. Segundo Pierre Levy (,) um movimento geral de virtualização e da comunicação, afetando profundamente os dados elementares da vida social.

Andre Lemos, afirma que a cibercultura nasceu nos anos 50 com a informática e a cibernética, começou a se tornar popular na década de 70 com o surgimento do microcomputador e se estabeleceu, então, definitivamente nos anos 80 e 90 com a informática de massa e em 90 com as redes telemáticas, principalmente com o boom da internet. (página 16, 2012). Já a popularização do termo, teve o seu início na metade dos anos 80 e no início dos anos 90 a partir do neologismo cunhado por Wiliam Gibson (1984, apud AMARAL; MONTARDO, 2012, p. 4) em Neuromancer (1984).

De acordo com Lemos, a cibercultura é uma manifestação da vitalidade social contemporânea e a examina dessa forma. Complementando a ideia de Lemos, Pierre Levy afirma então que "não se deve confundir a cibercultura com uma subcultura particular, a cultura de uma ou algumas "tribos". Ao contrário, a cibercultura é a nova forma da cultura. (Lemos, página 13). E prolonga-se, apresentando os princípios fundamentais para o programa da cibercultura (1999, p: 127): A interconexão, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva. (<http://migre.me/edHEu> acesso em 21 de abril). Para a cibercultura, a conexão é sempre preferível ao isolamento, é um bem em si. Para além de uma física da comunicação, a interconexão constitui a humanidade em um contínuo sem fronteiras. O segundo princípio prolonga o primeiro já que o desenvolvimento das comunidades virtuais se apoia na interconexão. Uma comunidade virtual baseia-se em afinidades de interesses, de conhecimentos, em um processo de cooperação ou de troca, independente de proximidades geográficas. E o terceiro princípio, da [inteligência coletiva](#), seria sua perspectiva espiritual, sua finalidade última.



Peguemos então duas complementárias definições de comunicação que podem ser encontradas, primeiramente segundo o dicionário de língua portuguesa Aurélio Júnior:

subst. Fem. 1. Comunicação é o ato de comunicar-se, ou o resultado deste ato. 2. Processo de emissão, transmissão e recepção de mensagens por meio de métodos ou sistemas convencionados. 3. A mensagem recebida por esses meios. 4. A capacidade de trocar ou discutir ideias, de dialogar, com vista ao bom entendimento entre pessoas. (2011, p.232).

E, ainda, nos pressupostos de [Gessner \(http://migre.me/edQ0j\)](http://migre.me/edQ0j): “Comunicação é o processo de [transmitir](#) a informação e compreensão de uma pessoa para outra. Se não houver esta compreensão, não ocorre a comunicação. Se uma pessoa transmitir uma mensagem e esta não for compreendida pela outra pessoa, a comunicação não se efetivou”.

Podemos pensar dessa forma que os três princípios da cibercultura, citados por Pierre Lévy: Interconexão; comunidades virtuais e inteligência coletiva, fomentados pelos primeiro, interconexão, podem ser associados ao que se define por comunicação, o que explica a necessidade de estudos que envolvam essas temáticas: cibercultura e comunicação.

Jornalismo On-line

De encontro com o que foi debatido no subtítulo anterior, por consequência da cibercultura, da interconexão do mundo, os recursos multimídias disponíveis conduzem a um novo planejamento da redação jornalística. Organizar e apresentar de forma atraente o conteúdo pode ser visto como o maior desafio do profissional.

Utilizando-se de autores como Luciano Miranda e Luciana Moherdau, pretende-se, não apenas contextualizar o novo fazer jornalístico, mas encontrar categorias de produção jornalística online com o intuito de posterior análise de conteúdo no microblog Tumblr, comandado pela empresa midiática Folha de São Paulo.

Decorrentes do advento da internet e a organização da sociedade que em torno dela se criou, o jornalismo teve de, indubitavelmente migrar para esse espaço midiático que, até então era desconhecido pela produção jornalística. O risco, agora, é utilizar esse espaço midiático da melhor forma possível.

O jornalismo on-line é uma realidade que não poder ser negada pelo



profissional, muito menos pelo estudante como um futuro a ser percorrido, em que as transformações técnicas na atividade tendem a ser contínuas. É um meio de comunicação autônomo – ao mesmo tempo integrado – que vem a ser somado ao tripé tradicional da imprensa, rádio e televisão.

Em uma contextualização mais baseada em dados históricos e menos cibernética, Moherdau (2007, p. 145) afirma que:

O início da era da informação digital começou nos Estados Unidos, no final dos anos 1980. Na época, a transposição da produção jornalística para a internet estava resumida ao serviço de notícias personalizadas oferecidas por provedores como a American On-line.

Prosseguindo com Moherdau e nacionalizando, reconhecendo o Brasil nesse cenário digital, encontramos o Grupo O Estado de São Paulo como pioneiro da nova modalidade. “No Brasil, as primeiras experiências com o jornalismo digital ocorreram a partir de iniciativas isoladas como as do Grupo O Estado de São Paulo. O primeiro jornal brasileiro a fazer uma cobertura completa no espaço virtual foi o Jornal do Brasil, em 28 de maio de 1995.” (2007, p. 145)

Já Miranda (2004, pg. 24-26) tenta compreender a produção online, relativizando algumas categorias. A primeira relativização a ser compreendida é a do real *versus* virtual. Segundo o autor, o mundo virtual ganha forma quando são realizadas trocas de informações, ou seja, só existe uma interação no virtual, através da comunicação, da troca de informações. “O risco do jornalista profissional é fazer desse mundo o seu mundo. Dito de outro modo, o jornalismo – e o jornalista, enquanto seu representante – realiza a mediação entre as diversas partes que formam o todo social.” (2004, p. 24). Passamos, então, para a segunda relativização, a do espaço *versus* tempo. Com as conexões e imediatismo da internet, o Jornalista começa a preocupar-se com um leitor que, não necessariamente, está ocupando um espaço físico certo. Ele tem a possibilidade de estar em qualquer lugar e receber informações a qualquer instante. É papel do jornalista, como profissional, adaptar-se à situação. O espaço, agora digitalizado, apresenta-se sem fronteiras. Delimitações geográficas já não existem mais, justificadas pela navegação propiciada pelos links. E, por fim, a terceira, que relaciona público e privado. As pessoas deixaram-se levar a exposição e o público se sobrepõem ao privado. Não existe mais uma preocupação sobre o que está sendo colocado na rede e as pessoas acabam por invadir a privacidade do outro.



Essas relativizações estão em relação entre si e com outras, surgidas nas inúmeras relações presentes no mundo social e das contradições que delas surgem. Não obstante, o mínimo que se espera de um jornalista é a observação das transformações que todas essas relações geram às condutas que lhes são exigidas na prática profissional. (2004, p. 26).

O papel do jornalista em frente a tudo isso é acompanhar o seu principal produto e adaptá-lo da forma mais profícua possível. Miranda (2004, pg 23) volta a lembrar que o novo conceito de jornalista deve ser encarado pelos profissionais da área apenas como um meio de comunicação que, evidentemente, possui características próprias e, como consequência, implicações novas.” Ainda segundo esse autor, é fundamental conhecer as técnicas, mas, mais do que isso, continuar propagando informação da melhor forma jornalística, respeitando características da estrutura de informação e escolhas de conteúdo. Além disso, deve-se levar em completa consideração o estilo de público que, agora, é especialmente ativo e oportunista.

Neste sentido a atividades te jornalística consiste na produção de sentido – essencial como requisito para que o jornalismo se preserve como esfera pública – e quem produz é o jornalista profissional. É fundamental que este conheça as técnicas, saiba operá-las. Mas o fundamental é saber produzir o sentido necessário à missão jornalística.

Conforme Murray (apud Moherdau, 2007, p.147) o que deve ser levado em conta no ponto de partida para entender a redação jornalística digital é que o computador é um meio expressivo capaz de ampliar a nossa capacidade de relatar fatos e como tal torna possível a criação de narrativas multiformes ou multissequenciais: “ O computador parece cada dia mais com a câmera de cinema da década de 1890: uma invenção verdadeiramente revolucionária que a humanidade está prestes a colocar em uso como um fascinante cantador de história”. Segundo Miranda (2004, p. 27) “O jornalista na Web organiza um tempo que não existe mais”. Moherdau complementa (2007, pg. 147) “O jornalismo on-line não tem periodicidade, a sua dinâmica é determinada pelos acontecimentos que merecem ser noticiados”.

Ora, então qual a melhor forma de produzir-se uma matéria jornalística, fazendo uso de todas as ferramentas dispostas nos canais digitais? Para que essa respeitosa adaptação da profissão para o meio digital seja feita, se faz necessário seguir alguns pontos técnicos referentes à construção textual como arquitetura da informação.



Semelhante ao modo off-line de escrita por Fonseca “A produção de qualquer texto jornalístico deve primar-se pela coerência, coesão, clareza, objetividade e verdade”, (<http://migre.me/eevQD>) o texto jornalístico on-line é conciso, curto e objetivo. Este se referencia no hipertexto. O hipertexto (nota de rodapé) organiza as informações de um modo que o leitor faz as escolhas de acordo com os tópicos que lhe interessam no fluxo das informações. Há autores que postulam esse leitor como ativo.

Começando pelo início da formação de uma notícia jornalística, temos a pauta. Seja em um espaço físico ou virtual, a pauta sempre estará presente para que o jornalista consiga construir o valor informativo da matéria e uma relação de fonte. A única diferença é que, no digital, a pauta deve completar aspectos complementares, como explica Miranda:

Assim como o site exige planejamento, a boa matéria jornalística também. Essa é a função da pauta. Deve-se ter sempre uma hipótese, como ponto de partida para a matéria, a ser confirmada ou refutada; uma questão principal a ser respondido, um planejamento relacionado ao hipertexto (nota de rodapé) e à navegação e um roteiro de perguntas essenciais a que o texto deve responder; além de itens relevantes sobre o assunto históricos dos acontecimentos e de histórias semelhantes, levando-se em conta a possibilidade e contextualização ou relação com outras matérias – a internet é um grande repositório de dados que devem ser aproveitados. Por último, last but not least, a escolha criteriosa das fontes. (2004, p. 67)

Além da pauta, que não pode ser ignorada, existem outras categorias a serem contempladas. Segue a relação, abaixo, por Miranda (2004, p. 68):

- O texto de abertura deve possuir no máximo dois blocos de até 100 palavras cada; os parágrafos devem ter no máximo 75 toques.
- O emprego de áudio ou vídeo, em virtude, sobretudo da velocidade de navegação ou memória dos computadores domésticos, deve ocorrer só quando o assunto justificar.
- O leitor comum prefere ler ou pesquisar textos cuja estrutura, em ordem de preferencia, são 1) blocos; 2)pirâmide invertida; 3)narrativa.
- A estrutura narrativa (introdução, desenvolvimento e conclusão) deve ser evitada. Não quer dizer que não possa ser adotada. Sem dúvida, ela não é apropriada para o jornalismo on-line, aquele que se vale de páginas dinâmicas em contínua atualização. Mas, por exemplo, em um site cultural, estático, que



publica textos literários, pode ser adequado. Portanto, a situação concreta deve ser avaliada. O mesmo pode ser dito para a estrutura

- Palavras estrangeiras escritas em itálico. P

Parágrafos

- Com as sentenças, são curtos, com no máximo cinco linhas e não mais que 75 toques, pois acima disso há dificuldade de leitura na tela;
- Pronomes demonstrativos: em excesso prejudicam o ritmo do texto, o que induz a dar nomes às coisas; pronomes indefinidos: só quando não for possível determinar o número expresso pelo fato – se impossível com precisão, é preferível muitas vezes deixa-lo de lado);
- Repetições; às vezes favorecem a clareza e o entendimento do texto;
- Ter em mente os leitores internacionais: reavaliar o uso de metáforas e certas expressões típicas dos países;

Textos

- Como mencionado, escritos em até dois blocos de cem palavras cada um;
- Usar sentenças simples;
- Título de obra: grafado em corpo normal, caixa alta, destacado do restante do texto pelo uso de itálico.
- Usar a voz ativa, pois reduz o numero de palavras e atrai outros leitores que tendem a passar os olhos pelo texto.
- Evitam-se clichês ou metáforas exageradas (que dificultam o entendimento do leitor).
- Aspas serão utilizadas se necessárias.
- As declarações devem ser curtas (no máximo um enunciado de uma linha por parágrafo);
- Endereços: serão escritos por extensos, em caixa alta e baixa (os eletrônicos serão grafados de acordo com as normas da internet).

Gramática



Deve-se seguir a regra geral, evitando sentenças fragmentadas em que falte sujeito ou verbo, exceto nos títulos ou legendas;

Nariz-de-cera: Evita-se abreviar os nomes próprios. Para os números: de uma a nove devem ser grafados por extenso; a partir de 11, inclusive, usam-se numerais.

Métodos e Técnicas de Pesquisa

A metodologia utilizada na pesquisa será a Análise de Conteúdo. De acordo com Laurence Bardin (1977, p. 9), análise de conteúdo é um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos muito diversificados. A leitura do conteúdo passa a ser não somente objetiva e leiga, mas sim, abre vertentes para uma segunda e nova leitura, que investiga o que aquele dado ou informação busca de fato dizer. A análise de conteúdo é um esforço de interpretação, que busca entender o que não está diretamente exposto, levando a uma investigação, baseando-se pela busca das inferências, ou seja, das conclusões. (1977, p. 9).

Segundo Bardin (1977, p. 29), os métodos de análise de conteúdo buscam os seguintes objetivos: a ultrapassagem da incerteza (será que a minha leitura e interpretação pode ser válida e generalizável?) e o enriquecimento da leitura (uma leitura e estudo mais aprofundados podem enriquecer e conferir mais certeza e coerência ao que está sendo descoberto na investigação dos dados, aumentando e melhorando a compreensão). A análise de conteúdo pode não só servir de base para confirmar hipóteses, como também possibilita ao pesquisador descobrir e relacionar dados novos, implícitos na leitura comum do conteúdo, mas que podem contribuir para inferências mais precisas.

Bardin (1977) salienta que a análise de conteúdo é um método muito empírico, baseado nas experiências, leituras e interpretações do pesquisador, existindo apenas regras para uma análise básica. Cada pesquisador pode criar os seus métodos de análise, de acordo da forma que julga ser a melhor para interpretar certo conteúdo.

Desde mensagens linguísticas em forma de ícones, até “comunicações” em três dimensões, quanto mais o código se torna complexo, ou instável, ou mal explorado, maior terá de ser o esforço do analista, no sentido de uma inovação com vista à elaboração de técnicas novas. (BARDIN, 1977, p. 32).

Bardin cita as duas principais funções da análise de conteúdo: a função heurística, que diz que a análise estimula a exploração, aumentando as chances de uma descoberta. “É a análise de conteúdo para ver o que dá” (BARDIN, 1977, p.30). E a função de administração de prova, em que as hipóteses, formuladas em forma de perguntas ou de afirmações, recorrerão ao método de análise para serem verificadas e confirmadas. “É a análise de conteúdo para servir de prova” (BARDIN, 1977, p.30).

A organização da análise, de acordo com Bardin (1977, p. 95 e 101), possui três polos cronológicos: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Na pré-análise, ocorre a organização e a sistematização das ideias iniciais, levando ao desenvolvimento de um cronograma, um plano de análise. Nessa fase é onde há a escolha dos documentos a serem analisados e a criação das hipóteses e dos objetivos. A exploração do material nada mais é do que administrar sistematicamente as decisões tomadas. E o processo de tratamento dos resultados e da interpretação consiste em tratar os resultados brutos para que se tornem significativos, válidos e coerentes.

Nesta pesquisa, será realizada uma análise quantitativa e qualitativa do nosso objeto. As duas formas de abordagem não possuem o mesmo campo de ação. A quantitativa “obtem dados descritivos através de um método estatístico” (BARDIN, 1977, p. 115). É uma análise mais objetiva, exata e controlada. Mostra-se útil na fase de verificação das hipóteses. Já a análise qualitativa, “corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável [...]” (BARDIN, 1977, p. 115). Esse tipo de análise deve ser utilizado na fase de lançamento das hipóteses e inferência (conclusão) é sempre fundamentada na presença do índice (tema, palavra) e não em relação a com que frequência aparece.

A discussão abordagem quantitativa *versus* abordagem qualitativa, marcou um volte-face na concepção da análise de conteúdo. Na primeira metade do século XX, o que marcava a especificidade deste tipo de análise, era o rigor e, portanto, a *quantificação*. Seguidamente, compreendeu-se que característica da análise de conteúdo é a *inferência* [...], quer as modalidades de inferência se baseiem ou não, em indicadores quantitativos. (BARDIN, 1977, p. 116).

Após organizar a análise, segue-se a codificação, em que se explicita o modo como se dará a análise. É a transformação dos dados brutos do texto, em uma representação do conteúdo, onde se enumeram e se classificam as categorias de análise. (1977, p. 103 e 104). Depois vem a parte da categorização, em que os temas ou assuntos



afins ficam agrupados em uma determinada categoria, para que se isolem os elementos e se organizem as mensagens. (1977. P. 117 e 118).

Após essa etapa, surge a inferência, que é “uma operação lógica, pela qual se admite uma proposição em virtude da sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras”, (BARDIN, 1977, p. 39), ou seja, podem-se estudar as causas a partir dos efeitos, extrair uma consequência do que já foi estudado anteriormente, chegar a conclusões baseando-se em verdades já aceitas como tal, deduzindo de maneira lógica, associando. (1977, p. 39). Se a descrição é a primeira etapa necessária, e se a interpretação é a última fase, a inferência é o procedimento intermediário, que vem permitir a passagem, explícita e controlada, de uma à outra. (BARDIN, 1977, p. 39). E por fim, vem o tratamento dos dados codificados.

A análise aplicada a essa pesquisa, será a Análise Categorial, realizada por categorias.

Na continuidade da presente pesquisa, será feita a Análise de Conteúdo, segundo os preceitos de Laurence Bardin, e em seguida a análise dos dados que compõem o *corpus* deste estudo, extraídos do Tumblr do jornal Folha de São Paulo.

Referências bibliográficas

AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra P.: Mapeamento temático da história da cibercultura no Brasil, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-2241-1.pdf>>. Acesso em: 20 abril 2013.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt.. *Modernidade Líquida*.. Polônia: Jorge Zahar, 2001.

CORNER, Matthew. Tumblr: An Introduction Guide For Microblogging PART-1, 2010. Disponível em: < <http://www.1stwebdesigner.com/design/tumblr-introduction-guide-microblogging/>>. Acesso em: 15 abril 2013. (Tradução nossa)



RIFKIN, Adam. *Tumblr Is Not What You Think*, 2013. Disponível em:
<<http://techcrunch.com/2013/02/18/tumblr-is-not-what-you-think/>>. Acesso em: 21 abril 2013.
(Tradução nossa).

FIND THE BEST – UNBIASED, DATA-DRIVEN, COMPARISON, 2013. Disponível em:
<<http://social-networking.findthebest.com/q/155/358/How-many-people-use-Tumblr-social-networking-site>>. Acesso em: 26 abril 2013. (Tradução Nossa).

GESSNER, Graciele. O que é comunicação?, 2011. Disponível em:
<<http://www.artigos.com/artigos/sociais/administracao/comunicacao-1511/artigo/#.UZZsdqKyCSp>>. Acesso em: 25 abril 2013.

GIBSON, William. *Neuromancer*. Canadá: [Aleph](#), 2011

JÚNIO, Sebastião G. de Almeida: Adolescentes na internet: Imersão, Sociabilidade e conhecimento através de ferramentas digitais, 2012 Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1114-1.pdf>>. Acesso em: 18 abril 2013.



LEMOS, André. *Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Salvador: Cultura, 2002

LEVY Pierre. *Cibercultura*. Paris: FNAC, 1999

MARQUES, Alberto. *Remediações na rede: Trajetória evolutiva dos blogs*, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1494-1.pdf>>. Acesso em 24 abril 2013.

MELO, José Marques de. *Gêneros jornalísticos na folha de São Paulo*. São Paulo, FTD, 1992.

MOHERDAUI, Luciana. *Guia de estilo web*. São Paulo: SENAC, 2007.

MIRANDA, Luciano. *Jornalismo on-line*. Passo Fundo, Universidade de Passo Fundo, 2004.

ZAGO, Gabriela. *Dos blogs aos Microblogs: Aspectos Históricos e características*, 2008. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/6o-encontro-2008-1/Dos%20Blogs%20aos%20Microblogs.pdf>> . Acesso em: 22 abril 2013.