

Uma análise dos enquadramentos midiáticos nas matérias sobre as tecnologias de automonitoramento e suas usabilidades da revista Veja¹

Marina CRETTON²

Henrique MAZETTI³

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

Diante do fenômeno de automonitoramento através de tecnologias que contabilizam ações em dados e seu impacto mercadológico e social, este artigo identifica os enquadramentos dados ao surgimento dessas tecnologias e suas consequências no dia-a-dia dos usuários. Identifica-se nas matérias selecionadas os enquadramentos jornalísticos e os elementos presentes no texto que os sustentam, como o posicionamento em relação às tecnologias de automonitoramento, através de fontes utilizadas e testemunhos de usuários. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo, selecionando as matérias da Revista VEJA e ordenando-as em uma grade de análise. Conclui-se através das evidências que a revista possui dois grandes enquadramentos: um positivo em relação às tecnologias usadas para automonitoramento e um negativo em relação ao hábito em si.

PALAVRAS-CHAVE: Big Data; *wearables*; automonitoramento; enquadramento; comunicação.

INTRODUÇÃO

Segundo a definição de Lima Júnior (2012), Big Data é o grande conjunto de informações produzidos no mundo digital que transcende a capacidade das ferramentas tradicionais de armazenamento em banco de dados. O fenômeno consiste, basicamente, na capacidade de quantificar, através de dados numéricos, as mais variadas ações produzidas pelos seres humanos e utilizar-se desses dados, cruzando-os e comparando-os, a fim de obter diferentes resultados que antes seriam improváveis de se identificar pelos meios de armazenamento de informações tradicionais.

No decorrer dos anos, o conceito de Big Data tornou-se mais popular e despertou a atenção, sendo considerado pela Revista Veja, em seu editorial na edição que trazia a primeira matéria da revista a tratar do fenômeno, como mais uma das “mudanças tectônicas do nosso cotidiano” (VEJA, p. 72, 15 mai. 2013). Grande parte dessa popularização veio da expansão do

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática – Comunicação Multimídia do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018. Este artigo é resultado de uma pesquisa de Iniciação Científica financiada pelo PIBIC/FAPEMIG.

² Graduanda do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo pela UFV – Viçosa, email: marina.cretton@ufv.br

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV – Viçosa, email: mazetti@ufv.br

público que se utiliza do Big Data. Se inicialmente, grandes empresas, órgãos políticos e pesquisas nas áreas médicas utilizavam os dados provenientes do Big Data para facilitar o alcance de seus objetivos, as pessoas comuns, com acessos a tecnologias digitais e internet, passaram a utilizar-se do Big Data, consciente ou inconscientemente, na sua vida cotidiana.

A partir da popularização da internet como um meio de criação de conteúdo pelos próprios internautas em qualquer lugar do mundo e compartilhados em tempo real com qualquer pessoa, a forma de gerenciar e se utilizar de tudo que é produzido no meio digital passou por mudanças no decorrer da evolução da internet como um todo. Fenômenos fora do controle das pessoas surgiram de forma espontânea dessas interações virtuais. Utilizar-se do Big Data para criar dados e moldá-los às suas necessidades, trouxe o surgimento de tecnologias capazes de medir numericamente o cotidiano das pessoas e coletar dados que, cruzando-os, pode-se revelar traços comportamentais nos indivíduos e, desse conhecimento, moldar todo um novo estilo de vida.

Este artigo é resultado de uma pesquisa de Iniciação Científica que teve como objetivo identificar, dentro das matérias encontradas na Revista Veja sobre o assunto, os enquadramentos jornalísticos dados às tecnologias wearables de automonitoramento e suas utilizações no cotidiano. Durante o processo de pesquisa, encontrou-se evidências de que duas matérias dentro das selecionadas apresentavam posicionamentos bastante diferentes, considerando principalmente o curto espaço de tempo em que foram publicadas. Essa constatação motivou a escrita deste artigo, a fim de entender os motivos que levaram à discrepância observada. Para isso, este artigo contextualiza o fenômeno do Big Data que trouxe ao desenvolvimento das tecnologias wearables até sua utilização no hábito de automonitoramento para melhor entender o fenômeno estudado. Descreve-se a metodologia desta pesquisa, desde a escolha da revista e do corpus, o método de análise até sua construção através das evidências textuais e estruturais encontradas nas matérias, que foi expandida em tópicos para melhor compreensão de suas partes, concluindo com as ideias que podem ser obtidas de todo esse trabalho de pesquisa.

Para sustentar os resultados provenientes das evidências encontradas durante a análise, estudou-se as teorias comunicacionais de enquadramento, agenda-setting e framing de teóricos da comunicação, usadas como fundamento teórico, para auxiliar na interpretação dessas evidências.

REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLOGIA

Os estudos de enquadramento começaram a tomar forma logo após as primeiras discussões sobre os conceitos de agendamento propostos por McCombs (1993) e aprofundados na concepção de frames psicológicos de Goffman (1974). Os estudos de Goffman (1974) trouxeram para análise as ideias de que quadros (“frames”) psicológicos são ferramentas utilizadas em níveis individuais e sociais que direcionam as experiências. Disso, McCombs (1993) passou a estudar como esse fenômeno se apresentava no meio midiático. Como resultado, a noção de agendamento passou a defender que a mídia é capaz de pautar as discussões públicas, selecionando os assuntos que serão notícia e, uma vez que ela possui o poder para tal, poderia controlar o que seria de conhecimento público ou não. (MCCOMBS, 1993, p. 62, apud COLLING, 2001, p. 94).

A partir da aceitação dessa premissa, surgiu o questionamento que, mais adiante, deu origem aos estudos dos enquadramentos. Se a mídia pode pautar sobre o que o público pode falar, poderia ela também definir o que ou como eles pensam sobre o que é noticiado? Posterior a esses questionamentos, autores como Colling (2006), Carvalho (2009) e Antunes (2009), sustentados pelas ideias de McCombs (1993), Hohlfeldt (2008) e Gutmann (2009) sobre agendamento e suas implicações com o enquadramento, começaram a estudar os reais efeitos desses enquadramentos, como eles se estruturam, seu nível de alcance e se, de fato, são realmente funcionais na hora de ditar a interpretação.

A noção de enquadramento vem, em termos teóricos, portanto, normalmente acompanhada do conceito de agendamento. Se o agendamento seleciona os temas a serem noticiados e, dessa forma, gerencia o debate público acerca de assuntos específicos, os enquadramentos sugerem como devemos pensar tais acontecimentos e, por consequência, o que pensar, uma vez que apresentam estruturas cognitivas para induzir a interpretação (TRAQUINA, 1995, p. 204 e 205).

Dentro dessa pesquisa é importante salientar que, apesar de os estudos sobre enquadramentos midiáticos serem bastante amplos e apontarem para mais níveis além dos textuais, como proposto para essa análise, também podem analisar o contexto de newsmaking⁴ e a própria sociedade em que se está inserido.

Autores como Carvalho (2009) conceituam os enquadramentos como formas narrativas, em forma de notícia, que não pretende revelar a realidade, mas trazer uma perspectiva sobre

⁴ *Newsmaking*: processo de criação e padronização das notícias. Inclui-se na rotina dessa produção como se escreve, sobre o que se fala, como se mostra os eventos, como selecioná-los, graus de noticiabilidade de cada um deles e outras especificidades da produção de conteúdos jornalísticos (WOLF, 2005, p. 177).

aspectos específicos do real, selecionando fatores e manipulando as informações de forma a evidenciar pontos de interesse (CARVALHO, 2009, p.3).

Apesar de os estudos acerca do tema apresentarem diversos pontos de vista (Traquina, 1995; Colling, 2006; Holhfeldt, 2009), é consenso que mesmo com um forte poder de influenciar, os enquadramentos midiáticos mais negociam e direcionam que estabelecem de fato uma interpretação dada aos leitores. Essa negociação é resultado da produção de sentidos, que podem ser trabalhados de forma a prevalecer certos pontos de vista em detrimento de outros (CARVALHO, 2009, p. 9).

Na análise dessa pesquisa, foi usada como base na hora de encontrar as marcas de enquadramento nas matérias selecionadas, um dos três níveis em que os enquadramentos se estabelecem propostos por Antunes (2009). Esse nível, para ele o segundo, diz respeito a formas textuais e padrões discursivos e através deles que a produção de sentido opera, em instância cognitiva. Dentro disso, o autor explica que a estruturação do discurso, destacando certos elementos, organiza a construção e a interpretação dos textos, de forma muitas vezes implícita (ANTUNES, 2009, p. 87).

Na linha de pesquisa do autor, ele identifica elementos específicos na construção discursiva que reforça enquadramentos e trabalha na construção da interpretação, como quando salienta:

É possível uma caracterização empírica que identifique o molde na notícia por meio de elementos tais como palavras-chave, tópicos frasais, fontes citadas em uma matéria, imagens fotográficas, títulos etc. Ou seja, todo elemento significante na estruturação, por exemplo, do discurso do jornal impresso e que atue como nucleador pode ser tomado como um índice para construção de um dispositivo de enquadramento (ANTUNES, 2009, p. 94)

A partir dessa definição, atentou-se a esses elementos nas matérias selecionadas e a partir da identificação de cada um deles e sua análise de sentido, optou-se por usar como metodologia para essa pesquisa a análise de conteúdo proposta por Bardin (1977), uma vez que sua premissa básica dialoga com os conceitos de enquadramento, principalmente por operar em níveis implícitos, e a sua proposta de coleta de dados, por meio de uma grade de análise, mostrou-se o método mais adequado de organizar e visualizar os elementos que evidenciam os enquadramentos.

Análise de conteúdo vem se propor a identificar o que se infere de determinado texto. Segundo Bardin (1977), ela oferece a possibilidade de decodificar uma mensagem além do aparente, da mensagem escrita, identificando a duplicidade de sentidos, o que pode ser interpretado daquela estrutura textual da forma como ela se apresenta e a que ela induz

(BARDIN, 1977). Ao se optar por analisar os enquadramentos midiáticos, escolheu-se a análise de conteúdo pois seu método coincide perfeitamente com a principal característica desta teoria comunicacional: o implícito. A grade de análise proveniente do método ajudou a identificar as marcas que revelam os enquadramentos provenientes das matérias, catalogando-as e servindo de suporte para a análise do que esses enquadramentos revelam.

A escolha da revista VEJA se deu por sua disponibilidade de acervo online e gratuito e, especialmente, por não ser uma revista especializada em tecnologia, uma vez que a análise pretende alçar o entendimento do público leigo para com as tecnologias de automonitoramento e suas usabilidades. Entendeu-se, portanto, que as matérias seriam escritas de forma a informar e influenciar um público não habituado com conceitos usados ao se tratar de tecnologia e seus impactos sociais.

O projeto iniciou com a seleção de matérias da VEJA em seu acervo digital. Palavras-chave relacionadas ao tema do projeto, como wearables, gadgets e smartwatches, foram usadas como filtro de busca. Não foi usado um recorte temporal para selecionar o material, uma vez que o fenômeno do Big Data é muito recente (as primeiras menções na revista datam 2013).

Depois de lidas todas as matérias que surgiram desse filtro de pesquisas com as palavras-chave, as matérias que utilizavam os termos pesquisados em contextos fora do proposto pela pesquisa foram descartadas. A maior parte correspondia ao tema e sua organização começou com a separação daquelas que discutiam o automonitoramento e as tecnologias atreladas a esse hábito com mais profundidade e aquelas que os mencionavam ou como pano de fundo ou como agente causador ou atuante em determinado fenômeno apresentado na matéria, como no caso do uso do automonitoramento como auxílio a tratamentos médicos. No geral, foram selecionadas 12 matérias para análise.

Após a seleção, criou-se uma grade de análise para padronizar as informações e facilitar a visualização dos dados. As categorias “Título”, “Edição”, “Data”, “Nº de páginas” e “Editoria” foram inseridas apenas para a organização do conteúdo. Já as categorias “Fontes” e “Marcas de enquadramento” servem para a análise. A primeira pretende sugerir o uso da fala das fontes consultadas em cada matéria como forma de enquadrar o tema abordado. Na segunda, categorizou-se o conteúdo textual presente na matéria com adjetivos, alguns deles provenientes do próprio texto (aqueles que qualificavam uma tecnologia de automonitoramento ou o hábito em si) e uma explicação do por que aquele adjetivo estava sendo usado como marca de enquadramento na matéria.

Proveniente dessas grades de análise, revelou-se três tópicos de separação dessas matérias. O primeiro tópico analisa as matérias que falam diretamente sobre o hábito de

automonitoramento e as tecnologias wearables. O segundo analisa aquelas que abordam tecnologias wearables da marca Apple e seus usos, entre eles o automonitoramento. Já o terceiro engloba todas as matérias que as tecnologias de automonitoramento e suas usabilidades são citadas de forma indireta, não sendo o enfoque principal, e como elas são apresentadas.

Mediante essas escolhas, optou-se por trabalhar apenas com as duas matérias que falavam sobre o hábito de automonitoramento e analisar seus enquadramentos. Elas foram escritas com quase quatro meses de diferença e cada uma delas se posicionou de forma bastante oposta uma da outra. Essa característica, atrelada também à utilização das mesmas fontes validando opiniões tão diferentes sobre o mesmo assunto e a própria divergência de posicionamento editorial em um período tão curto de tempo sem causa aparente, trouxe à inspiração para pesquisar as razões que levaram isso a acontecer e o que isso significaria.

A grade de análise ajudou a evidenciar certa incoerência entre a opinião da revista sobre o hábito de automonitoramento quando ele logo surgiu como fenômeno proveniente do Big Data e alguns meses depois. A opinião sobre as tecnologias wearables também é distoante. Primeiro foi tratada como uma inovação com futuro promissor para depois ser considerada um fracasso.

ANÁLISE

A primeira matéria escolhida para ser analisada, por trazer um posicionamento editorial sobre o automonitoramento, foi “A tecnologia de vestimos”, da edição 2353, de 25/12/2013. A matéria foi escrita no mesmo ano em que a revista abordou o tema Big Data pela primeira vez, o que evidencia a relevância do tema na época e sua provável repercussão.

1. DISCUSSÃO

Após a leitura da matéria, foi construída uma grade de análise com duas das mais importantes informações para esta análise: as fontes consultadas e a forma como elas eram expostas e as marcas de enquadramento provenientes do texto.

| | |
|---------------|------------------------------|
| Título | “A tecnologia que vestimos” |
| Edição | 2353 |
| Data | 25/12/2013 |
| Nº de páginas | 6 |
| Editoria | Inovação |
| Fontes | 7 especialistas e 3 usuários |

| | |
|-------------------------|---|
| Marcas de enquadramento | <p>Revolucionário: os <i>wearables</i> como um marco para o início de uma mudança no cotidiano e no estilo de vida das pessoas</p> <p>Potencial: o mercado de <i>wearables</i> só tenderia a crescer nos próximos anos</p> <p>Útil: o auto-monitoramento como forma de melhorar a qualidade de vida</p> <p>Importante: os <i>wearables</i> vieram para ficar</p> <p>Dependência: os usuários não seriam mais capazes de interagir com o mundo sem o uso de <i>wearables</i></p> <p>Facilitador: os <i>wearables</i> aprimorariam nossas habilidades</p> |
|-------------------------|---|

Nesta matéria, identificamos a presença de 7 especialistas, sendo eles engenheiros responsáveis pela criação e desenvolvimento das tecnologias wearables de automonitoramento ou pesquisadores da área tecnológica. Como defende Antunes (2009), a escolha das fontes, bem como a seleção do que elas falam e as palavras que elas usam são elementos indicativos do enquadramento noticioso (ANTUNES, 2009, p. 94).

A partir desse ponto, todas as palavras e tópicos frasais entre aspas serão citações diretas da matéria analisada ou das fontes que se expressaram através dela. Diante disso, esses termos exatos usados para descrever as tecnologias wearables e o hábito de automonitoramento serão índices que reforçam o enquadramento ressaltado na matéria.

Paul Jacobs, “engenheiro, CEO mundial da Qualcomm, maior fabricante de chips do mundo, e investidor do Vale do Silício” comenta sobre um investimento que ele faz em tecnologias wearables de automonitoramento relacionado à saúde e sua fala, que garante que com esse tipo de monitoramento “viveremos mais e melhor”.

Ben Shaffer, designer, responsável na Nike pelo desenvolvimento de pulseiras computadorizadas, é citado ao explicar que ele foi contratado pela Apple, umas das maiores empresas de desenvolvimento de tecnologia no mundo, para desenvolver um smartwatch.

Essas duas fontes evidenciam o potencial que essas tecnologias wearables possuem. Ao afirmar o porte da empresa, a maior do mundo, ou o interesse de uma empresa como a Apple em estudar e fabricar esse novo tipo de tecnologia, entende-se que ela seja promissora, desperta interesse de grandes pólos tecnológicos e, portanto, certamente despertará a curiosidade das pessoas comuns.

Sarah Epps, “especialista” em wearables da Forrester, consultoria americana com foco na área digital, foi consultada para explicar o motivo da aparição dos wearables e porque eles indicariam o futuro da relação do ser humano com a tecnologia. Ela afirma que é a evolução dos chips que proporciona tal “evolução”. Logo após sua fala, a revista faz um paralelo com o

fundador da Intel, Gordon Moore, que instituiu a Lei de Moore, sobre a capacidade de os chips aumentarem seu espaço de armazenamento exponencialmente sem aumento de custo a cada 18 meses. Esse tipo de explicação somada a opinião apresentada pela especialista, desperta a ideia de que o fenômeno do surgimento dos wearables é consequência quase direta de uma Lei.

Mais à frente, a revista cita o caso do escritor americano Thomas Bass, que em 1981 juntou-se a uma equipe de físicos para desenvolver um computador que ficaria implantado em seu sapato e ajudaria a ganhar jogos de azar. Seu caso é usado para ilustrar o imediatismo que as tecnologias vestíveis têm em vantagem às tecnologias convencionais, como a revista coloca logo após contar a história do experimento. Além disso, pensar que esse tipo de usabilidade é considerada desde a década de 1980, reforça o interesse que esse tipo de tecnologia desperta nos pesquisadores e o impacto que eles podem vir a causar uma vez que plenamente desenvolvidas.

Nicholas Carr, escritor americano, professor da Universidade de Columbia e autor de “The Shallows” é a única fonte que apresenta um contraponto. A revista explica que seu livro trata dos efeitos negativos da internet no cérebro humano. Apesar de a revista dar espaço para que o escritor diga que as tecnologias wearables “farão com que as pessoas não consigam mais interagir com o ambiente sem a intermediação de um computador”, logo após sua fala a revista afirma que “os defensores acham que essa postura neoludita é tola”. Mesmo a revista colocando essa opinião como a dos “defensores”, ela salienta após um comentário negativo, de certa forma, desqualificando-o, e assume a fala de uma fonte não identificada e genérica. Quem são os defensores que utilizaram os termos “postura neoludita” e “tola”?

A última fonte utilizada como especialista é o escritor canadense Clive Thompson, autor de “Smarter Than You Think”, que aposta no apoio das tecnologias para potencializar a capacidade humana de memorizar, resolver cálculos e realizar tarefas complexas. Ele cita um caso de um jogo de xadrez em que uma pessoa auxiliada por um computador poderia até vencer um grande mestre. Sua fala é citada indiretamente (esse ponto é importante uma vez que é uma das principais evidências de discrepância entre os enquadramentos dessa matéria e da que será apresentada posteriormente). Essa colocação só reforça a ideia apresentada pelo caso do Thomas Bass, o escritor do experimento com o sapato, e a relação de apoio homem-tecnologia.

A escolha das fontes apresentadas como especialistas em vários assuntos relacionados às tecnologias wearables e seu uso em vários âmbitos acaba por reforçar o caráter multifacetado dessa tecnologia específica e amplo campo que ela abrange.

A seleção dessa quantidade de especialistas, sendo que apenas um apresenta um contraponto em relação às relações do ser humano com a tecnologia, e todos os outros

exemplificando os benefícios e grandezas tanto das tecnologias como do seu uso no cotidiano, dão forma ao enquadramento, baseado na credibilidade das fontes, como sugere Antunes (2009). E esse enquadramento, apesar de fazer jus à ética jornalística de apresentar pontos de vista distintos, e de preferência opostos, mesmo que, nesse caso, seja uma fonte apenas, não se apresenta imparcial, uma vez que as outras seis fontes especialistas pesam para um resultado favorável às tecnologias e ao monitoramento de si.

Mas, além das escolhas dessas fontes, ouvir pessoas que se utilizam dessa tecnologia e do hábito de se automonitorar legitima a opinião apresentada e justifica a razão da matéria. Foram consultadas 3 fontes que seriam usuários e teriam um estilo de vida monitorado pelos wearables. Fabio dos Santos, engenheiro e integrante do movimento “Quantified Selves” é usado como fonte a fim de apresentar o hábito de automonitoramento desse grupo e suas consequências na vida dos membros. O objetivo desse grupo é automonitorar e selecionar dados de seu cotidiano a fim de melhorar suas qualidades de vida. Fabio então afirma que o automonitoramento melhorou a qualidade do seu sono, auxilia na prática de atividades físicas e educação financeira. Todas essas colocações são positivas e nenhum aspecto negativo dessa prática é apresentado.

Gordon Bell, “icônico engenheiro da Microsoft”, ilustra as primeiras páginas da matéria e sua rotina monitorada por diversos wearables são apresentadas em forma de infográfico que apresenta os números que ele é capaz de quantificar sobre sua própria vida. O termo “icônico” carrega a conotação positiva que sugere que Gordon é respeitado e reconhecido em sua área e se uma pessoa desse nível é adepta da prática de automonitoramento a fim de tornar sua vida mais produtiva, esse fenômeno merece atenção e reconhecimento.

Outro caso apresentado é o de Neil Harbisson, artista plástico inglês, que nasceu com uma doença que faz com que enxergue tudo em preto e branco, mas usa uma tecnologia wearable para “saber quais as cores do mundo”. Sua fala, que explica que as cores são transmitidas para ele através de sons específicos, um para cada cor, explicita seu gosto por “ouvir” as cores através do aparelho. Para ele, a experiência de ver é permitida pelo uso da tecnologia, oferecendo-lhe algo além do que seu corpo tem capacidade de lhe oferecer.

Por fim, é contada a experiência do escritor americano A.J. Jacobs, que adotou uma série de wearables para se monitorar a fim de ser o homem mais saudável do mundo. Essa perspectiva é encarada como uma forma excessivamente radical de automonitoramento, uma vez que Jacobs passou a quantificar todas as suas ações a fim de estudá-las e alterar sua rotina de forma que seu corpo estivesse sempre o mais saudável possível. Essa ideia de excesso fica explicitada na própria fala do escritor, quando ele afirma que “no fim do experimento, percebi

que estava dedicando pouco tempo e atenção a minha família e quase virei um paranoico” e a revista reforça essa ideia ao utilizar o termo obsessão para denominar este comportamento e afirma, logo após a fala de Jacobs, que se dedicar pouco à família e virar paranoico “são as naturais possibilidades para quem pretende ter tudo controlado o tempo todo”.

O que a análise indica é a exaltação do monitoramento de si e a incorporação das tecnologias wearables no nosso cotidiano em situações específicas, principalmente às que dizem respeito a aumentar a nossa capacidade intelectual ou produtividade no trabalho. Já para situações mais arbitrárias, exemplificado de certa forma pelas motivações pessoais dos “Quantified Selves”, o automonitoramento pode gerar dependência e uma certa obsessão sem resultado relevante. Esse é a camada interpretativa mais aparente que pode-se identificar do enquadramento que a revista constrói sobre o automonitoramento.

Ao escolher as falas das fontes que carregam opiniões sobre o tema, sendo elas positivas ou negativas, a revista consegue construir o imaginário que ela quer passar desse novo fenômeno - útil e desejável em situações em que os dados são produtivos em áreas de estudo ou mercadológicas, mas não muito pertinente em um âmbito pessoal. O uso dos adjetivos selecionados na grade de análise identifica estruturas de argumentação que a revista se utilizou na construção de seu texto. Ao evidenciar as mudanças de mercado, consumo e inserção cotidiana dos wearables, constrói-se uma ideia dessas tecnologias como revolucionárias, provocando rupturas em hábitos anteriores e inserindo-se novos, como quando afirma que “é o retrato mais nítido do que são esses aparelhos e de como eles podem modificar o cotidiano” ou profetiza “agora, os wearables podem representar o começo da aposentadoria de iPhones e iPads, dada a condição de esses novíssimos dispositivos digitais estarem colados ao corpo, como uma segunda pele”.

Arelado a essa ideia de revolucionários, está a de potencial de crescimento. O ano de 2013 era o começo da ascensão do mercado de wearables e seu atual crescimento previa sua maior inserção no cotidiano das pessoas. “O mercado de wearables é recém-nascido. Em 2013 foram vendidos apenas 15 milhões de unidades desses aparelhos. Mas é animador pensar que em 2012 eram só 8 milhões”, “os fabricantes enxergam longe” e “é bom, portanto, estar atento aos wearables. O avanço é rápido em virtude do vento econômico a favor”, afirma a matéria.

Diante das evidências apresentadas, identificamos que os enquadramentos estabelecidos nesta matéria podem ser divididos em três, mediante os temas debatidos. Quando se trata da popularização e o potencial crescimento de mercado das tecnologias wearables, em especial os smartwatches, o fenômeno é encarado como promissor, quase inevitável. Em um segundo momento, o enquadramento construído na discussão do relacionamento do ser humano com a

tecnologia e, nesse caso, as tecnologias wearables, mostra-se favorável, desejável e recompensador. Homem e tecnologia trabalham juntos para o progresso do desenvolvimento intelectual, tecnológico, mercadológico e até social. Já a última camada de framing, que trata do hábito de automonitoramento em um âmbito pessoal, a coleta de dados para fins definidos pelo próprio usuário impactar sua própria vida, é encarada com um pouco de ridículo, exagero e uma ideia de má utilização do potencial das tecnologias.

A segunda matéria que serviu de corpus para essa análise foi intitulada “Servidão Voluntária” na edição 2369 de 16/04/2014, quase quatro meses após a primeira. O próprio título evidencia de forma clara a visão que pretende-se discutir do fenômeno de automonitoramento. Uma grade de análise de mesma estrutura da anterior também foi criada para esta matéria.

| | |
|-------------------------|--|
| Título | “Servidão voluntária” |
| Edição | 2369 |
| Data | 16/04/2014 |
| Nº de páginas | 4 |
| Editoria | Ideias |
| Fontes | 1 especialista e 2 usuários |
| Marcas de enquadramento | <p>Viciante: a constante necessidade de transformar ações cotidianas em números</p> <p>Obsessão: passar a enxergar a vida apenas como um grande conjunto de dados</p> <p>Ambivalente: carrega consigo pontos positivos e negativos ao mesmo tempo</p> <p>Útil: o auto-monitoramento como forma de melhorar a qualidade de vida</p> <p>Importante: os <i>wearables</i> vieram para ficar</p> <p>Dependência: os usuários não seriam mais capazes de interagir com o mundo sem o uso de <i>wearables</i></p> <p>Facilitador: os <i>wearables</i> aprimorariam nossas habilidades</p> <p>Limitante: causa constante dependência</p> |

O texto se inicia com a contextualização do Big Data e como a digitalização de dados está presente no nosso dia-a-dia praticamente desde que nascemos, com uma estrutura muito semelhante à descrita na introdução deste artigo. A primeira marca de enquadramento identificada foi, após essa breve contextualização, quando a revista questiona, “Mas essa obsessão é benigna?” e logo prontamente oferece uma resposta, “Nem sempre”.

Ao contrário da primeira matéria, em que a palavra “obsessão” foi usada para descrever apenas os hábitos de automonitoramento em um âmbito de ganho apenas pessoal, exemplificada pelo escritor que deseja ser a pessoa mais saudável do mundo, aqui ela foi usada para descrever qualquer quantificação em forma de dados. Ela afirma que esse tipo de prática aumenta nossa

produtividade, mas logo a pondera, uma vez que diz que mesmo diante dessa vantagem, “há uma incômoda sensação de vício”.

Para sustentar essa visão, uma fonte especialista é consultada, o autor de “Smarter Than You Think”, Clive Thompson. Ele é a mesma usada para exaltar os benefícios da adesão da tecnologia na potencialização das capacidades humanas na matéria anterior. Se na primeira matéria ele não teve espaço para falar diretamente, aqui sua fala é colocada entre aspas, reforçando o caráter de verídico da opinião expressa. E ele fala exatamente o que foi descrito na outra matéria. “Um jogador iniciante de xadrez, um esportista amador, qualquer um que se adeque a esses gadgets pode turbinar suas habilidades e alcançar o desempenho de um profissional mais rapidamente”, diz o autor. Essa fala é antecedida, entretanto por uma afirmação de que “as mesmas tecnologias usadas como apoio para aprimorar nossas capacidades intelectuais e físicas trazem embutido o seu contrário”, afirma a revista.

Ao analisar o uso dessa fonte e dessa fala, especificamente, o autor afirma apenas a primeira parte do que é argumentado pela revista, que as tecnologias podem ser usadas para auxiliar no aprimoramento das capacidades dos seres humanos. Em nenhum momento a fala reafirma que, junto com essas vantagens, vêm atrelada qualquer desvantagem que seja. A fonte em questão foi enquadrada como um especialista com visão favorável ao maior desenvolvimento da relação homem-tecnologia na primeira matéria, mas aqui, sua mesma fala é usada no contexto oposto.

Em outra fala, Thompson narra o caso da outra fonte também consultada na matéria anterior, o engenheiro Gordon Bell, que automonitora sua vida desde 1997 através de wearables. Thompson explica que Bell adquiriu a capacidade de reter datas e informações de conversas desde que passou a armazenar dados sobre si mesmo, “mas, quando indagado sobre o que comeu no almoço, ele não recorda”. A forma como essa fala foi apresentada na matéria tenta fazer uma espécie de balanceamento entre as vantagens e desvantagens do automonitoramento na vida de Gordon Bell. Isso acaba criando uma espécie de juízo de valor infundado, uma vez que sugere que esquecer o que se comeu no almoço de ontem é uma consequência pior em níveis cognitivos do que se lembrar de detalhes de conversas de anos atrás. A revista afirma que “ao substituírem e suplantarem habilidades humanas, os gadgets nos tornam menos capazes de realizar tarefas mezinhas quando estamos desplugados”, mas, apesar de afirmar isso, quando de Thompson conta o caso de Bell, em nenhum momento o autor oferece seu juízo de valor, apenas uma informação genérica, se lembrar de algo e esquecer outro, e a revista a utiliza como suficiente para sustentar um posicionamento em relação a todo o hábito de monitoramento de si.

A única fonte que apresenta falas diretas com juízo de valor é o escritor A.J. Jacobs, também usado como fonte “usuário” na primeira matéria, quando ele afirma que ficou “viciado” em se automonitorar. A fonte também associa o hábito a doenças como depressão, quando afirma que “a loucura pelos números pode sobrecarregar o cérebro”.

O contraponto nessa matéria não é conferido a uma fonte, mas à própria revista quando, após as falas de Jacobs, defende que transformar tudo em dados é natural da vida moderna, que não existiriam motivos para freá-los e que “convém apenas estabelecer limites para evitar a dependência”. Para chegar ao ponto de precisar fazer esse tipo de afirmação, é preciso considerar que a revista assumiu as falas de Clive Thompson, o escritor usado como única fonte especialista na matéria, como negativas em relação ao hábito de automonitoramento, uma vez que nenhuma de suas falas afirma a existência dessa dependência. Essa construção de opinião foi direcionada pelo enquadramento que a revista assumiu para essa matéria, quando, após as falas de Thompson, assume-se um juízo de valor baseado no achismo e nada sustentado pelo que a fonte acabara de dizer.

Na parte final, a revista faz um apanhado das tecnologias wearables, evidenciando o crescimento do mercado e o potencial de popularização, e ironiza com: “chegará o dia, e não está longe, em que aparecerão pulseirinhas para medir o vício pelas pulseirinhas”. Mais uma evidência, como já comentado do final da análise da primeira matéria, de um enquadramento ridicularizando o hábito de automonitoramento. Nesse caso, porém, ao contrário da matéria anterior, que ridicularizou de fato o hábito de automonitoramento apresentando o estilo de vida do escritor A.J. Jacobs, aqui o deboche é feito tanto para o hábito quanto para as próprias tecnologias, as “pulseirinhas”, que anteriormente eram tratadas como um avanço tecnológico praticamente irrefreável e revolucionário.

2. RESULTADOS

Se na primeira matéria, a discussão se estendeu por seis páginas e apresentou a opinião de especialistas e usuários totalizando 11 fontes, esta última foi feita em quatro páginas e consultou apenas três fontes, sendo que todas elas foram utilizadas na matéria anterior. Nenhuma fonte nova foi utilizada. Partindo desses números, entende-se que o peso argumentativo da primeira matéria é maior. Entretanto, a segunda matéria veio depois, o que significa que é ela que sustenta a última palavra da revista em relação a esse assunto até o momento, tendo em vista que nenhuma outra matéria que tratava especificamente sobre esse assunto foi escrita desde então.

CONCLUSÃO

Diante da proposta de analisar como a Revista Veja usava de enquadramentos jornalísticos, enfatizando por meio do texto certos aspectos das tecnologias de automonitoramento e seu uso, tanto mercadológico quanto cotidiano, a fim de apresentar evidências que sustentem tais enquadramentos e o que eles significam no nível interpretativo, notou-se a existência de dois grandes enquadramentos nas matérias selecionadas. O enquadramento utilizado para apresentar as tecnologias wearables e seus mais variados usos (entre eles o automonitoramento) tratando-o como fenômeno comercial e mercadológico destacou seus aspectos de promissor, revolucionário e facilitador. Opinião sustentada pelos mais variados exemplos, como dados de vendas, investimentos de grandes empresas, pesquisas e um grande quantitativo de “especialistas” apresentando suas visões sobre essas tecnologias e como usá-las.

O segundo grande enquadramento destacado tem relação com o hábito de automonitoramento no âmbito pessoal, analisando fontes específicas ou o grupo praticante desse hábito, “Quantified Selves”. Nesse contexto, foi salientado o caráter de dependência, vício e principalmente obsessão, associando o hábito a doenças ou problemas sociais e psicológicos. Não é evidente nenhuma razão para a discrepância de opinião entre as usabilidades das tecnologias wearables e, certas vezes, a revista se contradiz ao usar as mesmas fontes, e mesmo falas, em contextos que evidenciam essas opiniões antagônicas.

Entretanto, analisar os dados das matérias que previamente foram selecionadas que tratavam especificamente das tecnologias wearables da Apple e sua valorização pelo mercado poderia enriquecer os resultados deste artigo, uma vez que ficaria mais explícito a mudança de visão que a revista adotou em relação as tecnologias dessa marca em específico e como elas afetam o cotidiano e as relações interpessoais.

Em relação à opinião da revista sobre esse assunto ao longo do tempo, visto que a matéria analisada mais recente data de 2014, as matérias que abordam as tecnologias wearables ou o automonitoramento como complemento de um outro assunto apresentado e discutido poderiam carregar algum nível de juízo de valor em relação a esses temas que dariam, pelo menos, dicas de como esse assunto vêm sendo encarado no decorrer dos anos.

Mas, como resultado da análise das matérias escolhidas para essa pesquisa já evidencia-se como a noção de enquadramento pode ser aplicada na mídia impressa, como é aplicada na Revista Veja, como as tecnologias de automonitoramento estavam sendo discutidas no final de 2013 e início de 2014, como a aceitação do mercado e das pessoas a elas foi transformando-se

em um curto espaço de tempo e uma interpretação de um fenômeno potencializado por essas tecnologias, o monitoramento de si.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Elton. *Enquadramento: considerações em torno de perspectivas temporais para a notícia*. Galáxia, n. 18, 2009.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições70, 1977.

CARVALHO, Carlos Alberto de. *Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico*. Contemporanea, v. 7, n. 2, 2010.

COLLING, Leandro. *Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados*. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, v. 1, n. 17, 2006.

GUTMANN, Juliana Freire. *Quadros narrativos pautados pela mídia: framing como segundo nível do agenda-setting?*. Contemporanea, v. 4, n. 1, 2009.

HOHLFELDT, Antonio. *Os estudos sobre a hipótese de agendamento*. Revista Famecos, v. 1, n. 7, 2008.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. *Big Data, Jornalismo Computacional e Data Journalism: estrutura, pensamento e prática profissional na Web de Dados*. Estudos em Comunicação, v. 12, p. 207-222, 2012

NASCIMENTO, Liliane da Costa. *O auto-conhecimento através dos números: as práticas de automonitoramento dos quantified selves*. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2014.

TRAQUINA, Nelson. *O paradigma do “agenda setting” : redescoberta do poder do jornalismo*. Revista de Comunicação e Linguagens, n. 21-22, 1995.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Porto: Presença, 1995.