

## **Redes semânticas e análise de atributos: uma possibilidade metodológica para estudos de Agenda Setting e plataformas<sup>1</sup>**

Lia Gabriela PAGOTO<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

### **RESUMO**

O recente afloramento da plataformização traz uma provocação epistemológica ao jornalismo, uma vez que a academia precisa se debruçar sobre abordagens metodológicas que possam dar conta de explicar novos fenômenos. Halavaiais afirma que a internet se apresenta como uma grande oportunidade, pois coloca “o mundo social, em todo seu desarranjo e complexidade, na soleira da sua porta” (apud FRAGOSO et al., 2011, p. 11). Ao mesmo tempo, o autor pondera que esse novo cenário, elástico e complexo, também demanda a reinvenção de “processos e técnicas para garantir novas formas de observação empírica, sempre rigorosas e transparentes” (FRAGOSO et al., 2011, p. 11). Ainda Bennett e Iyengar (2008) fazem uma importante consideração para o avanço das discussões teóricas: é preciso alinhar a tradição de pesquisa com as condições tecnológicas e sociais. De modo especial os autores alertam para a necessidade de ajustar método e estratégias que dêem conta dos objetos que se investiga. Para examinar a transferência de saliência no âmbito da Teoria da Agenda *Setting*, por exemplo, a metodologia adotada de maneira mais frequente é a análise de conteúdo, seguida de pesquisas de opinião (pergunta sobre o PMI – problema mais importante) e do instrumental matemático, que possibilita o cruzamento dos dados – precisamente, correlação estatística (DEARING E ROGERS, 1996). O dado estatístico que é trazido pela pesquisa do agendamento resume com precisão o grau de correspondência entre o ranking dos temas da agenda da mídia e o ranking daqueles mesmos temas na agenda pública. A Agenda *Setting* prevê uma correlação positiva alta entre a agenda da mídia e a subsequente agenda pública (McCOMBS, 2004, p. 28). A prática é adotada como critério de balizamento entre as pesquisas feitas em diferentes localidades, por autores distintos. Para contribuir com o debate, há de se encarar o problema metodológico com novas perspectivas sobre o objeto de estudo, notadamente porque a arena de debate ocorre

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC, email: liagabrielapagoto@gmail.com.

em um ambiente completamente digital e interativo e programado por grandes infraestruturas digitais. O que objetivamos não é uma reinvenção absoluta, mas sim a possibilidade de fazer novas perguntas a uma teoria já consolidada. Esse trabalho faz parte das reflexões e práticas metodológicas em desenvolvimento para a tese de doutoramento da autora. O propósito central é pensar as plataformas como um novo pseudoambiente, uma arena virtual onde os meios de comunicação atuam e concorrem com outros autores para influenciar a opinião pública através da indexação de temas e a partir de onde a opinião pública também é formada e compartilhada em tempo real, numa competição circular entre atores. Na tese, propomos duas linhas de investigação. A primeira, compreende a identificação dos atores do agendamento e a elucidação de compreensões a respeito de como a dinâmica de funcionamento de plataformas como o Twitter influenciam no modo como assuntos são agendados no que compreendemos com uma agenda plataformizada, a transferência de saliência. Para tanto, utilizamos de métodos digitais para delimitação e coleta do corpus e da Teoria dos Grafos e Análise de Redes Sociais para análise. Uma outra linha, que é explorada no recorte aqui apresentado, procura investigar se nas plataformas o segundo nível de agendamento, aquele em que McCombs (2004) defende que a imprensa também oferece aos cidadãos atributos sobre como pensar os objetos da notícias, se atualiza a partir das dinâmicas plataformizadas da comunicação. Encontramos na metodologia de Análise de Redes Semânticas uma possibilidade para essa observação. A Análise de Redes Semânticas pode ser considerada como uma alternativa à tradicional Análise de Conteúdo que, “no lugar de codificar diretamente as mensagens para responder à pergunta de pesquisa”, “representa primeiramente o conteúdo das mensagens como uma rede de objetos” (ATTEVELDT, 2008, p. 4). Advinda da Ciência da Computação, a metodologia defende ser possível definir as linhas discursivas de um texto a partir da observação de relação entre os vocábulos, especificamente a partir do número de co-ocorrências de pares de palavras (DANOWSKI, 1993). A plataforma escolhida como ambiente deste trabalho é o Twitter e a temática utilizada para exploração da rede semântica de atributos é a compra de uma mansão pelo Senador Flávio Bolsonaro, divulgada no dia 2 de março de 2021 pelo site O Antagonista. Nesta data, o site publicou uma reportagem sobre uma transação imobiliária no valor de R\$ 5,97 milhões realizada pelo senador. Ele havia comprado uma mansão em Brasília (DF). A informação gerou discussões, que se

desdobraram durante a semana, envolvendo questões sobre origem do dinheiro e taxas praticadas no financiamento do imóvel. O período temporal de análise é de 1º a 7 de março de 2021 e compreende a análise semântica comparativa entre 100 mil tuítes coletados a partir das palavras-chaves “mansão” e “Flávio Bolsonaro” e os tuítes publicados sobre o tema por nove veículos de comunicação brasileiros: G1; CNN Brasil; Folha de S. Paulo; O Estadão; O Antagonista; Correio Braziliense; Gazeta do Povo, Portal R7 e Jornal Extra. Os veículos selecionados já fazem parte do corpus de análise da tese da autora e por isso foram utilizados para esse estudo. O objetivo dessa etapa é delimitar os atributos do agendamento da temática, retomando a discussão realizada por McCombs e Shaw (1972) quando afirmaram que a mídia não diz apenas sobre o que pensar, mas também como pensar sobre determinados temas da agenda. Assim, duas ações se fazem necessárias: i) indicar o atributo da temática no âmbito da agenda midiática; ii) identificar o atributo a partir da conversação desencadeada pelos usuários no Twitter. A análise foi realizada através da ferramenta WORDij (DANOWSKI, 2010), um software de linguística computacional capaz de interpretar os registros de pares de palavras em corpus digitais. A compreensão da topografia dessa rede de palavras e o mapeamento das inter-relações presentes entre as palavras dos textos é realizada no software Gephi. Identificamos quatro grandes clusters compondo a rede semântica da agenda midiática. O maior território semântico é identificado pela palavra “milhão”. As palavras mais próximas a esse vocábulo são “transferências”, “fracionadas”, “pagou”. O segundo maior cluster é liderado pela palavra “milhões”. Derivada da primeira, essa palavra se liga com “Brasília”, “BRB”, “banco”, “comprou”, “parlamentar” e “senador”. Um terceiro e quarto agrupamento semântico é organizado pelas palavras “imóvel”, “filho” e “presidente” e “compra”, “após”, “ainda” e “ex-proprietário”. A força dos nós “milhão” e “milhões” demonstra que o principal elemento abordado pela imprensa para a temática é o valor pago na compra do imóvel, cerca de R\$ 6 milhões, e o modelo de pagamento realizado, sentido apreendido pela conexão entre as palavras “transferências”, “fracionadas”, “pagou” e “Banco BRB”, instituição financeira responsável pelo financiamento parcial do imóvel. O fato do congressista ser filho do presidente da República, Jair Bolsonaro, também não foi esquecido pelas notícias. A ausência de qualificadores-adjetivadores, como por exemplo, caro, barato, suspeita, legal, é um indício que a abordagem predominante nas notícias sobre o TMR é o gênero informativo. Quando observamos a

rede semântica da conversação de usuários no Twitter sobre a mesma temática, identificamos que, apesar da temática “valor de compra” ter grande importância na discussão, outros temas circunscreveram a discussão. Espelhando o grafo do enquadramento da imprensa, as palavras “milhões” e “comprou” seguem com maior importância nesse mapa, na cor laranja, ao lado do cluster rosa, que identifica palavras como “r” (que identificamos como sendo o R do cifrão), “patrimônio”, “declarado”, “salário”, “pagar”, “milhão” e “entrada”. O fato de o valor da compra aparecer com destaque sinaliza que há uma transferência de atributos entre a agenda da imprensa e a agenda da plataforma. No entanto, observamos que o debate no Twitter caminhou por mais territórios de sentidos. Os usuários, por exemplo, mobilizaram palavras como “queiroz”, “caso” e “rachadinhas”, o que evidencia que houve uma associação entre a compra da mansão e o caso das rachadinhas, inquérito no qual o senador é investigado pelo Ministério Público do Rio de Janeiro e cujo principal personagem é o ex-funcionário de seu gabinete na Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (Alerj), Fabrício Queiroz. Um diferente campo semântico é costurado pelas palavras “juíza”, “stj”, “jn” “provas”, “casa”, “namora”, “Noronha” e “Brasília” e ilustra outra percepção de importância realizada pelos usuários nesta rede: a de que, conforme divulgado pelo Jornal Nacional, a namorada do ex-proprietário da mansão foi juíza assistente do Supremo Tribunal de Justiça, no gabinete do ministro João Otávio de Noronha. Este estudo permitiu constatar as conexões entre os atributos mais importantes presentes nas agendas investigadas. O estudo mostrou que, inicialmente, podemos correlacionar os atributos das agendas, sinalizando transferências entre a agenda midiática e a agenda plataformizada. No entanto, uma análise qualitativa dos resultados sobre as conversas dos usuários mostrou que estes são capazes de explorar mais territórios semânticos, desdobrando os atributos da temática. Ressalta-se, ainda, a opção pelo cruzamento das técnicas de Análise de Grafos e de Redes Semânticas neste estudo e, apesar de ainda ser incipiente nas produções acadêmicas, pode indicar um caminho para novas técnicas de pesquisa aplicadas a estudos de Agenda Setting em plataformas digitais.

**PALAVRAS-CHAVE:** análise de redes semânticas; agenda setting; plataformas; Twitter; jornalismo.

## REFERÊNCIAS

ATTEVELDT, W. V. Semantic network analysis: Techniques for Extracting, Representing, and Querying Media Content. Charleston: BookSurge Publishers, 2008

BENNETT, L.; IYENGAR, S. A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. **Journal of Communication**. 58, 2008. p. 707

DANOWSKI, J. A. Network analysis of message content. In: RICHARDS, W. D. BARNETT, G.A. (Orgs.). Progress in communication sciences, v. XII. Nova Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1993. p. 198-221

DEARGINS, J. W; ROGERS, E. M. What is Agenda-Setting?. In: **Agenda-Setting**. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 1996.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. **The agenda-setting function of mass media**. Public Opinion Quarterly, Oxford, v. 36, n. 2, Summer, 1972.

MCCOMBS, M. **Estableciendo la agenda**: El impacto de los medios em la opinión pública y em el conocimiento. Barcelona: Paidós, 2004.