

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Ana Carolina Fante Escobar

ANÁLISE DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO DA FOLHA
DE SÃO PAULO NO MICROBLOG TUMBLR.

Passo Fundo

2013

Ana Carolina Fante Escobar

ANÁLISE DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO DA FOLHA
DE SÃO PAULO NO MICROBLOG TUMBLR.

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Dra. Sônia Regina Schena Bertol.

Passo Fundo
2013

Ana Carolina Fante Escobar

**ANÁLISE DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO DA FOLHA DE SÃO PAULO NO
MICROBLOG TUMBLR.**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Dra. Sonia Regina Schena Bertol.

Aprovada em 27 de junho de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Sônia Regina Schena Bertol.

Prof. - UPF

Prof. – UPF

Dedico esta monografia a minha mãe, Nádía Fante Escobar, meu pai, Danilo Escobar, e aos meus avós maternos pela infinita compreensão, suporte e paciência. A minha parceira, Amanda Valério, por me nortear durante o trabalho e compreender meus devaneios e teimosia, e a minha irmã/colega e amiga, Carolina Padilha, por estar sempre ao meu lado. Por fim, mas não menos importante, dedico essa monografia à música, que me mantém afastada da insanidade e íntima da alegria.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, imensamente, a minha orientadora Sônia Bertol, pelas palavras sábias, ensinamentos e sorrisos motivadores.

Agradeço, também, aos meus professores que forneceram o embasamento teórico e disciplinar para que eu pudesse realizar esse trabalho.

RESUMO

Esta Monografia do Curso de Jornalismo da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo – UPF buscou analisar e verificar se o conteúdo da Folha de São Paulo, no microblog Tumblr, é jornalístico. Para atingir tal objetivo, a metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e o estudo de literaturas que abordem sobre o conceito de Cibercultura, Jornalismo on-line, o microblog Tumblr, a Folha de São Paulo, como veículo e, por fim, a análise de conteúdo da Folha de São Paulo, no Tumblr, através das teorias de Laurence Bardin e suas correlações com os achados sobre o conteúdo de Jornalismo on-line, por Luciano Miranda e Luciana Moherdauí. No término do trabalho, constatou-se que, a partir das 14 categorias preconizadas pela autora Luciana Moherdauí, três notícias veiculadas pelo canal digital Tumblr são alimentadas por conteúdo jornalístico, respeitando a principal finalidade de um microblog, o de servir como reprodutor de conteúdo.

Palavras Chave: Análise – Jornalismo on-line – Tumblr – Folha de São Paulo

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Crescimento do Facebook no Brasil em 2012 – matéria 1	29
Figura 2: Crescimento do Facebook no Brasil em 2012 – matéria 2	30
Figura 3: Novo Myspace abre ao público com single de Justin Timberlake – matéria 1	35
Figura 4: Novo Myspace abre ao público com single de Justin Timberlake – matéria 2.....	36
Figura 5: Nasa captura imagem de tempestade solar – matéria 1.....	40
Figura 6: Nasa captura imagem de tempestade solar – matéria 2	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REVISÃO DE LITERATURA	10
2.1 Cibercultura: a cultura do século XXI	10
2.2 Jornalismo on-line	12
2.3 Introduzindo <i>micrblog</i> pela compreensão do <i>weblog</i>	16
2.4 Microblog <i>Tumblr</i>	19
3 ANÁLISE DE CONTEÚDO – LAURENCE BARDIN	25
3.1 Análise de conteúdo da Folha de São Paulo no <i>Tumblr</i>	28
3.1.1 Com 30 milhões de novos usuários, Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012..	28
4 RESUMO DOS RESULTADOS OBTIDOS	45
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS:	47
REFERÊNCIAS	50

1 INTRODUÇÃO

Vivemos numa época em que a informação faz parte do nosso dia-a-dia e estamos submetidos como espectadores de vários fenômenos tanto na área social, quanto na comunicação. A sociedade está entrando com muita força na era digital, boa parte da população tem acesso à Internet, seja em residências, nas escolas, no trabalho ou até mesmo em casas de jogos online e Internet. A Internet possibilita com facilidade e agilidade o acesso à informação, em sites dos mais variados possíveis: busca, entretenimento, comércio eletrônico, redes sociais, etc. Na comunicação e, mais especificamente, no jornalismo, o uso estratégico da Internet, independentemente do formato requerido pela plataforma, já é considerado como parte do jornalismo do futuro. Estima-se que nos próximos anos o jornalismo será condensado a uma página do Word. Mas, não apenas em canais digitais.

Antes do Jornalismo, vêm os canais midiáticos que, ao perceberem as mudanças e a importância da Internet, despertaram para a era digital. No caso da plataforma Tumblr, um canal usado como blog por muitas empresas jornalísticas internacionais, mas que define-se melhor como um microblog, ela aparece com uma proposta irreverente, a possibilidade de interação imediata com outras redes sociais e a “reblogagem”. Entretanto, para exercer uma comunicação que traga resultados, é necessário conhecer os recursos e as particularidades da Internet e assim desenvolver um discurso jornalístico eficiente.

O conteúdo produzido por jornalistas para a Internet precisa de novas abordagens, pois a Internet conta com recursos e tecnologias que os meios convencionais não disponibilizam. Nesse sentido, é necessário levar em consideração questões que envolvem interatividade, convergência, usabilidade e navegabilidade, entre outras. Da mesma forma que ocorreu com os meios convencionais, o discurso publicitário na Internet se apropria de técnicas encontradas em seus precursores.

Algumas diretrizes também podem ser obtidas do conceito de *webwriting*¹, que nasceu do jornalismo *online* e se expandiu para outras áreas da comunicação. Ao criar para a Internet, além de conhecer a marca, produto ou serviço e conhecer os anseios dos internautas, é preciso aplicar recursos tecnológicos de maneira adequada. Tendo em vista todas as implicações da internet no cotidiano, assim como na produção jornalística, a pesquisa propõe

¹ Numa tradução livre do inglês, significa redação para a web. Mas, na prática, vai além do simples texto e envolve um conjunto de práticas para produzir e distribuir conteúdo para os mais variados ambientes da internet (CNC, 2011, p.24).

uma análise do conteúdo no Tumblr do segundo jornal de maior circulação do Brasil, a Folha de São Paulo.

A evolução do conteúdo jornalístico engloba todos os meios e, atualmente, a internet vem sendo usada como canal de produção e reprodução textual, juntamente com mídias convencionais. Embalada pela grande quantidade de usuários de blogs e microblogs, a Folha de São Paulo aderiu ao Tumblr. Levando em consideração que “cada canal midiático tem seus modos de comunicar o usuário” (FIGUEIREDO, 2005, p. 5), cabe saber: O conteúdo produzido pela Folha de São Paulo, na plataforma Tumblr, pode ser classificado como produção jornalística?

O trabalho propõe então, analisar e verificar se o conteúdo do veículo de comunicação Folha de São Paulo, no microblog Tumblr, é jornalístico. A partir disso, objetiva-se a contextualização do cenário da comunicação na era digital, através do conceito de Cibercultura, o esclarecimento da história do Jornalismo on-line, o Apontamento da ideia principal e o funcionamento do canal Tumblr a descrição do histórico do veículo Folha de São Paulo, assim como breve exposição sobre a Folha de São Paulo no Tumblr e, por fim, a análise de conteúdo da Folha de São Paulo, no Tumblr, através das teorias de Laurence Bardin e suas correlações com os achados sobre o conteúdo de Jornalismo on-line, por Luciano Miranda e Luciana Moherdau.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Neste capítulo serão abordados conceitos específicos para a compreensão do cenário jornalístico na era digital. As próximas páginas estão destinadas para o entendimento dos termos Cibercultura, Jornalismo On-line, weblog e, por fim, microblog, baseando-se em autores que são referências nos assuntos dispostos acima. Além disso, será relatada a breve história da Folha de São Paulo como veículo midiático, sua presença em canais digitais e, por fim, a Folha de São Paulo no Tumblr, objeto de estudo do presente trabalho.

2.1 Cibercultura: a cultura do século XXI

Neste capítulo 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. O conceito criado por Pierre Levy, para sintetizar o mundo digital, centralizando múltiplas funcionalidades, é descrito por Amaral e Montardo (2013, p. 02), em um breve grupo 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 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 Levy, “um movimento geral de virtualização e da comunicação,

afetando profundamente os dados elementares da vida social”. (LEVY, apud VALENTE, 2013 p. 10).

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. (p. 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, 2013, 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 (2012), 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, p.13, 2012). E prolonga-se, apresentando os princípios fundamentais para o programa da cibercultura(LEVY, 1999, p. 127): A interconexão, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva. (MAZZAUNI, 2007). 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 complementares definições de comunicação que podem ser encontradas, primeiramente segundo Aurélio Buarque de Holanda Ferreira:

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 (2013): “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(1999): Interconexão; comunidades virtuais e inteligência coletiva, fomentados pelo 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.

2.2 Jornalismo on-line

Ao encontro do 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, o que configura-se como Objetivo Geral do presente estudo, comandado pela empresa midiática Folha de São Paulo.

Decorrentes do advento da internet e da organização da sociedade que em torno dela se criou, o jornalismo teve de 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. Segundo Miranda (2004, p. 05)

O jornalismo on-line é uma realidade que não pode 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 e do Jornal do Brasil. O primeiro jornal brasileiro a fazer uma cobertura completa no espaço virtual foi o Jornal do Brasil, em 28 de maior de 1995.” (2007, p. 145)

Já Miranda (2004, p. 24-26) tenta compreender a produção online, relativizando alguns conceitos. 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 links². 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).

² Os links são ligações, elos, em torno de significados-chaves (palavras ou imagens). Assim, os textos e imagens interligam-se através desses links cuja navegação é bastante simples. (MIRANDA, 2004, p. 20)

O papel do jornalista é adaptar-se da forma mais profícua possível. Miranda (2004, p. 23-24) 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 o 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 atividade 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. (MIRANDA, 2004, p. 23)

Conforme Murray (apud MOHERDAUI, 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”. Moherdauí complementa “O jornalismo on-line não tem periodicidade, a sua dinâmica é determinada pelos acontecimentos que merecem ser noticiados” (2007, p. 147).

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 (2013, p. 03) “A produção de qualquer texto jornalístico deve primar-se pela coerência, coesão, clareza, objetividade e verdade”, (2010) o texto jornalístico on-line é conciso, curto e objetivo. Este se referencia no

hipertexto. O hipertexto³organiza 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.

Quando solicitada um texto jornalístico, devemos sempre começar pela 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 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, as quais serão utilizadas como categorias de análise na pesquisa, como preconiza Miranda, através da seleção de Luciana Moherdaui (2004, p. 69) e podem ser vistas no seguinte quadro:

• Palavras estrangeiras:	Escritas em itálico;
• Usar voz ativa:	Com significado preciso em lugar de locuções;
• 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 deixá-lo de lado;
• Metáforas:	Reavaliar o uso de metáforas e certas expressões típicas dos países; levar em consideração os leitores estrangeiros

³Hipertexto, atualmente, é o texto disponibilizado pelas redes de computadores, composto por nós e conexões, que podem ser acessados aleatoriamente desde qualquer máquina (computador) e por qualquer usuário, em qualquer lugar do mundo e simultaneamente. (LONGHI, 2000, P. 1)

• Repetições de palavras:	Às vezes favorecem a clareza e o entendimento do texto;
• Endereços:	Serão escritos por extensos, em caixa alta e baixa (os eletrônicos serão grafados de acordo com as normas da internet);
• Aspas:	Aspas serão utilizadas se necessárias;
• Gramática:	Deve-se seguir a regra geral, evitando sentenças fragmentadas em que falte sujeito ou verbo, exceto nos títulos ou legendas;
• Nariz de cera:	Indispensável, assim como em todo o texto jornalístico;
• Nomes próprios:	Evita-se abreviar os nomes próprios.
• Números:	Para os números: de uma a nove devem ser grafados por extenso; a partir de 11, inclusive, usam-se numerais;
• Os parágrafos:	Como as sentenças, são curtos, com, no máximo cinco linhas e não mais que 75 toques, pois acima disso, há dificuldade de leitura na tela;
• Lead ou Lide:	Deve-se privilegiar o noticioso. (O quê, como, quando, por quê, onde e quem).

Quadro 1: Categorias de análise

Até então, foram abordados os cenários da produção jornalística no meio digital e as alterações que o conteúdo jornalístico sofreu. Sem julgamentos sobre positividade ou não, apenas tentando compreender as mudanças e qual a melhor forma. A partir de agora, contemplaremos dois tipos de canal para a hospedagem desse conteúdo jornalístico digital. Primeiramente, em um nível maior de compreensão, desmembraremos o Weblog passando, por fim, para o Microblog e se aproximando cada vez mais do objeto de estudo, Tumblr, e suas especificações.

2.3 Introduzindo *micrblog* pela compreensão do *weblog*

Evocam-se questões sobre o papel do jornalista em um momento onde qualquer um pode ser produtor de notícia e/ou conteúdo. Qualquer pessoa pode ter um site de notícias e, o

que é ainda mais fácil, um blog. Os canais são diversos, podem migrar para diferentes plataformas e apresentar diferentes especificidades em sua funcionalidade, e o que se entende é que a propriedade da informação não está mais centralizada apenas em veículos midiáticos. A discussão sobre o papel do jornalista nesse espaço digital não pertence a esse estudo, afinal, o que sempre fará diferença, é a credibilidade (NOBLAT, apud, MOHERDAUI, 2007, p.183) e tendo em vista o objeto de estudo Folha de São Paulo, sua credibilidade é indiscutível.

Considera-se, por Moherdau, que o primeiro blog foi a página What's News in 92, publicada por Tim Bernes Lee, o criador da parte multimídia da internet. A página foi criada para divulgar os projetos da WorldWide Web.” (2007, p.180) e que o termo weblog foi cunhado em 1997 por Jon Barger” (2007, p. 180) e a palavra blog, é uma abreviação de weblog, vem do termo Boardlog, algo como “diário de bordo” em inglês.

Os blogs inicialmente foram definidos como diários ou páginas pessoais constituídas na Web e que permitiam a publicação de conteúdo por qualquer usuário em qualquer lugar do planeta. Foi à primeira ferramenta que não exigia domínio técnico para postar a informação na rede (2007, p. 179)

Por Malini e Waichert, (apud MARQUES, 2012, p. 1) a trajetória evolutiva do Blog pode ser identificada em quatro momentos distintos:

- a) Fase filtro;
- b) A dos diários pessoais
- c) A informativa
- d) A profissional

Nessa primeira fase, os blogs não tinham a aparência um tanto quanto moderna e organizada que tem hoje. Eles eram “simples e básicos, incluíam textos e vínculos hipertextuais ou referências para outros sites (praticamente nada de vídeo ou áudio).” (PRUDKIN, 2010, p. 128, apud MARQUES, 2012, p. 2). Pela estrutura de informação e funcionalidade complicada, apenas quem possuía técnicas aprimoradas e conhecimento nas áreas da informática, poderia utilizar. E Isso resultava em um número baixo de usuários. (MARQUES, 2012, p. 2).

A segunda fase, dos diários pessoais, é caracterizada pela “Invenção de uma tecnologia simplificadora das postagens que vai possibilitar a expansão dos blogs e representa o marco de transição para a fase informativa”. (WAICHERT, 2008; MARQUES, 2011a,

apud, MARQUES 2012, p.2) Muitas pessoas tinham acesso à oportunidade tecnologia e começaram a construir conteúdo para alimentar suas páginas.

Já a fase informativa está indubitavelmente atrelada ao World Trade Center. “Certos *weblogs* passaram a representar importantes fontes de informação sobre um determinado assunto, muitas vezes divulgando notícias e, eventos que não são publicados nas mídias tradicionais.” (MUNHOZ, 2005, p. 81 apud MARQUES, 2012, p. 2). Pode-se, então, entender que a fase informativa está atrelada, também a utilização de blogs para produção de conteúdos. Uma nova forma de informar. Um pouco mais digitalizada.

Por fim, chega-se à fase profissional. É a partir do desenvolvimento de serviços que possibilitam a anexação de anúncios publicitários nas páginas. (MARLINI, WAICHERT, 2008; MARQUES, 2011 apud MARQUES, 2012, p. 7).

Marques se apropria da proposta de Malini e cria outro momento, propondo um debate a respeito das fases, que abre caminhos para a compreensão posterior do que é um Microblog, intitulado, Tumblr no presente estudo. A fase móvel.

É nesse momento que os blogueiros usam como estratégia os sites de formadores de rede sociais para divulgação de seus espaços e ampliação das suas audiências. Essa fase também se caracteriza pela proliferação do uso de aparelhos móveis para acesso e utilização.

Percebe-se a influência e, conseqüente relevância dos blogs, pela quantidade de usuários que os acessam, pela quantidade de links espalhados pela rede, pelo número de buscas e pela credibilidade e qualidade do conteúdo oferecido. (2007, p. 181). Por Recuero (apud MARQUES, 2012, p.3) “A popularização dos blogs começa a ser exposta em números em janeiro de 2002, quando são criados no Blogger – na época, o sistema mais utilizado pelos blogueiros do mundo – 41 mil novos blogs”. Hoje, estima-se, segundo o site Technorati (Technorati.com/), que existam perto de 200 milhões de Blogs no mundo todo. Além disso, surgem em torno de 12.000 novos blogs todos os dias no mundo.

No caso específico do jornalismo on-line, o blog tem desempenhado papel importante, quiçá fundamental no auxílio de coberturas de acontecimentos. Segundo Moherdauí, “De simples diários, os blogs se transformaram em colunas políticas, colunas de celebridades, em estratégias de marketing para empresas, e a importância do suporte é tamanha que já se discutem modelos de negócios para financiá-los”. (2007, p. 180). E, complementando, Tabet afirma que “Os blogs jornalísticos colaboram para que o jornalismo

tradicional valorize mais o jornalismo de internet de uma forma geral, como já deveria ter acontecido há tempos” (TABET, 2006 apud MOHERDAUI, 2007, p. 185).

2.4 Microblog *Tumblr*

É na fase móvel, proposta por Marques (2013, p.6), que se encontram os primeiros indícios de microblog. Ele acredita que, nessa fase, “os blogueiros usam como estratégia os sites formadores de redes sociais para divulgação dos seus espaços e ampliações de suas audiências”.

Os autores de blogs passaram a utilizar o Facebook e Twitter como estratégia para atrair o tráfego e ganhar visibilidade. Em média, para alguns blogs como de 100 pageviews/dia, o serviço de microblog é responsável por 83% da visitação. A pesquisa relata também que 52% dos blogueiros já postaram no twitter links para seus posts (MARQUES, 2012, p. 8).

Sobre o reconhecimento da ferramenta, Zago entende que:

As primeiras ferramentas específicas para microblogging só foram aparecer no começo de 2006. Desde 2006, foram criadas centenas de ferramentas de microblogs, a maior parte delas surgidas a partir da inclusão de novas funcionalidades ao que já oferecia o Twitter, uma das ferramentas pioneiras e atualmente a mais popular em escala global. Outros serviços surgiram a partir de derivações regionais, baseadas em localização geográfica. (2013, p. 8).

Microblogs nada mais são do que ferramentas mais simplórias e, por vezes, vem associadas a ideia de mobilidade. Para MARQUES, a fase móvel. “Em uma definição sucinta, uma ferramenta de microblogging seria uma mistura de blog com rede social e mensagens instantâneas” (ORIHUELA, 2007, apud ZAGO, 2008, p.7). Zago exemplifica ainda mais a estrutura de um blog:

Um microblog parte da idéia de um blog (atualizações em ordem cronológica inversa, possibilidade de comentários e trackbacks, blogroll), mas apresenta como singularidade o fato de que é adaptado para postagens de tamanho reduzido. A idéia

é que haja uma maior facilidade de integração com outras ferramentas digitais, como celular e outros dispositivos móveis. (ZAGO, 2013, p. 7).

Dada à evolução da tecnologia e da adaptação da sociedade frente a isso, os microblogs são, hoje, considerados a melhor de se noticiar.

Dada a brevidade das atualizações, os microblogs têm sido considerados “a mais recente e popular manifestação da ‘cultura snack’ que privilegia a brevidade dos textos, a mobilidade dos usuários e as redes virtuais como entorno social emergente” (Orihuela, 2007, online apud ZAGO, 2013, p.7)

O Tumblr, objeto de estudo em questão tem, por fim, essa definição de Microblog. De acordo com o seu próprio site e seguindo as definições de facilidade, funcionalidade e mobilidade citadas acima “O Tumblr é um serviço que permite que as pessoas "facilmente compartilhem qualquer coisa", incluindo fotos, vídeos, citações de toda a Web e links interessantes”. Rifkin (2013) reconhece e classifica três tipos de conteúdos predominantes no Tumblr.

- 1) Fotos do cotidiano dos jovens: estudar, comprar coisas, sair com os amigos. Muitas destas fotos são do Instagram ou do Tumblr aplicativo móvel, que é bastante adequado.
- 2) Memes e gifs divertidos que os usuários reblogam para que, assim, outras pessoas façam o mesmo. O Dashboard ⁴do Tumblr é projetado especificamente com um objetivo em mente: fazer com que a pessoa consuma um monte de coisas e "reblogar" facilmente.
- 3) Pornô e coleções quase pornográficas para uso pessoal, geralmente sob um pseudônimo diferente.

Os tipos de conteúdos citados por RIFKRIN são justificados pelo tipo de público que se sobressai no canal. Grande parte dos usuários é jovem e procura pela agilidade da informação. Segundo o site de pesquisa de público, *Findthebest*, 68% são mulheres e um dos maiores índices de usuários por idade está entre 18-35 anos. (*FINDTHEBEST*, 2012).

⁴ “O site de blogs possui uma interface de painel, ou seja ,a dashboard para acessar a maioria dos recursos do site. Os membros podem seguir uns aos outros , “gostar” dos conteúdo com o clique de um botão e comentar nas postagens” (ROUSE, 2012. *Tradução nossa*).

CORNER (2011) acredita que o Tumblr cobre as brechas deixadas pelo Twitter, onde as pessoas não tinham espaço suficiente para expressarem sua ideia e, ao mesmo tempo, é mais interativo que o blog Wordpress, por exemplo, onde todas as publicações acabam parecendo artigos. Tumblr, ao invés disso, conta com milhares de recursos para fazer com que o usuário fique a vontade na hora de postar o conteúdo desejado ou, até mesmo, reblogar⁵.

Apesar das comparações, Twitter e Tumblr têm objetivos diferentes: o primeiro acaba sendo mais utilizado como uma ferramenta de comunicação e de compartilhamento de links do momento (como postagens do próprio Tumblr), enquanto o segundo é um “caderno de recortes virtuais“, um blog rápido, com muitas fotos e vídeos de outras fontes e textos curtos. (COELHO, 2010).

Ainda de acordo com a autora (2010), o Tumblr está em significativo crescimento, pois completa diversos tipos de entretenimento na hora de produzir um post, possibilitando ao usuário uma ampla e fácil funcionalidade. Além de reblogar, o usuário pode inserir citações, links, fotos, áudio e vídeo, próprios e/ou de outras fontes, que ficam arquivados, por uma forma de indexação, podendo ser acessados a qualquer momento.

Segundo a estatística do site Tumblr, nos últimos seis meses, ele cresceu cerca de 300 milhões de pageviews mensais, para mais de um bilhão em fevereiro de 2010, um crescimento enorme para qualquer produto, e o resultado fala por si só, afinal um produto não cresce tão rápido, se as pessoas não estão gostando de usá-lo. (CORNER, 2012)

O Tumblr é hoje um dos 10 principais sites nos Estados Unidos, com 20 bilhões de pageviews por mês. O envolvimento dos usuários é enorme permitindo que a empresa em silêncio e discretamente construir um poderoso Gráfico Juros de coisas seus usuários realmente gostam e querem compartilhar. Tumblr ainda tem um longo caminho pela frente com a monetização, mas a curva de juros será crucial para garantir nada Tumblr faz é direcionada e relevante para seus usuários. (RIFKIN, 2013. *Tradução nossa*)

Para Marissa Mayer, SEO do canal Yahoo, o Tumblr é um ótimo espaço para os usuários terem um contato qualificado com as principais fontes de informação do mundo todo, de diferentes áreas.

⁵ Ato de compartilhar algo

De arte à arquitetura, passando por moda e gastronomia, o Tumblr hospeda 105 milhões de blogs diferentes. Com mais de 300 milhões de visitantes únicos mensais e 120.000 inscrições todos os dias, o Tumblr é uma das redes da mídia com maior crescimento no mundo" (MAYER, 2013)

Nacionalizando, em uma entrevista para a revista Veja, o americano Mark Coatney, diretor do Tumblr, afirma que o Brasil é o segundo país com mais usuários no Tumblr e expõem esse crescimento através de números “o mercado brasileiro é atualmente o segundo maior filão do Tumblr, superado apenas pelo americano. Um exemplo: o crescimento do número de usuários brasileiros em 2011 – 209% – superou o registrado em todo o mundo, 167%” (REVERBEL, 2012).

Em relação aos veículos de comunicação brasileiros que entendem e usufruem do Tumblr como uma forma de disseminação da informação, a Folha de São Paulo é pioneira. Motivo, pelo qual, foi escolhido como objeto de estudo. Jornais como o britânico, The guardian (<http://guardian.tumblr.com>), os americanos, Whashington Post, (<http://washingtonpost.tumblr.com>) e Los Angeles Times (<http://latimes.tumblr.com>) e o diário Clarín, da Argentina (<http://clarincomhd.tumblr.com>), assim como a Folha, já utilizam a plataforma em questão. As revistas americanas, Rolling Stones (<http://rollingstonesofficial.tumblr.com>) e The New York Times style Magazine (<http://tmagazine.tumblr.com>) também marcam presença no espaço digital. O Le Fígaro, de Paris, utiliza o Tumblr como plataforma para disponibilização da galeria de fotos do dia (<http://lefigaro-photos.tumblr.com>).

Sobre o crescimento significativo do Tumblr, Rifkrin acredita que se deve ao fato dele ser um canal anti-blog e propõem uma razão do porque as pessoas pararam de “blogar”.

O 1º motivo das pessoas terem parado de blogar, é por que eles não conseguem fidelizar uma audiência. Não tem controle disso nos blogs. Esse é um problema de todas as plataformas de blogs já feitas. Por outro lado, os blogs que encontram um público tendem a manterem-se adicionando um tipo de conteúdo específico, sempre com grandes inovações.”(RIFKIN, 2013. *Tradução nossa*)

Apresentadas as características e conceitos de microblog e Tumblr, acima, cabe a essa pesquisa tentar identificar, utilizando das categorias demonstradas no jornalismo on-line, se o tumblr da Folha de São Paulo pode ser identificado com características de produção de conteúdo jornalístico para o âmbito digital.

2.4 Folha de São Paulo

O veículo Folha de São Paulo atua como referência no jornalismo brasileiro desde 1921, quando fundada para ser mais um jornal impresso na cidade de São Paulo. Após mais de noventa anos de fundação, a “Folha” é uma consagrada organização, por conta de sua longa história de comprometimento com a comunicação no Brasil.

Segundo Melo (1992), “para a Folha de S. Paulo, o texto pode ser crítica, reportagem, resenha e artigo. Há a prioridade da informação, a qual pode ser: a) factual: a principal, a que lida com fatos e se expressa em notícias, reportagens e reportagens especiais; b) de apoio: memória, boxe crítico, side, biografia e artigos. No que tange à opinião, busca-se a ‘opinião substantiva’. Dessa forma, entende-se o veículo jornalístico como de vasta diversidade quanto à tipologia de informação veiculada, aderindo a um papel de formador de opinião e contribuindo para o desvelamento dos fatos que investiga e relata.

Tendo em vista a necessidade de constante atualização numa época de “mundo fluido” em uma “modernidade líquida”, tida por Bauman como “Nas novas circunstâncias, o mais provável é que a maior parte da vida humana e a maioria das vidas humanas consumam-se na agonia quanto à escolha de objetivos, e não na procura dos meios para os fins, que não exigem tanta reflexão.” (apud SILVA, 2011, p.03) a Folha renovou-se e abrange, atualmente, diversos canais midiáticos, ganhando especial espaço na web: não abandonou seu primeiro e importantíssimo canal, o jornal impresso, entretanto, soube adaptar-se à urgência de difundir, em tempo cada vez mais breve, notícias através do seu site, twitter, facebook, instagram e também tumblr, canal, esse último, que foi explorado nesse trabalho.

A Folha de São Paulo aderiu ao Tumblr, um canal usado como blog por muitas empresas jornalísticas internacionais, mas que define-se melhor como um microblog. Segundo o próprio arquivo do Tumblr da Folha de São Paulo (2013), o primeiro *post* aconteceu no dia 19 de agosto de 2011 às 11:56 a.m. Até o presente momento, são 50 páginas

contendo 10 *posts* em cada uma e atualização do Tumblr é, significativamente, menor que a do site, sendo alimentado, no máximo, quatro vezes por semana.

Atualmente, os posts recebem uma foto grande e um texto com, no máximo, cinco linhas, que, geralmente, responde algumas perguntas do *LEAD*⁶ e são acompanhadas pelo *link* para acesso ao site oficial da Folha de São Paulo.

⁶ LEAD: A estrutura clássica do lide noticioso, que responde às questões principais em torno de um fato (o quê, quem, quando, como, onde, por que) (CUNHA, 2013).

3 CATEGORIAS DE ANÁLISE POR LAURENCE BARDIN

A pesquisa desenvolvida é de caráter exploratório, pois busca a familiarização com o objeto de estudo.

A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torna-lo mais explícito ou construir hipóteses, sendo o seu planejamento bastante flexível e, na maioria dos casos, envolve levantamento bibliográfico, aplicação de questionários e entrevistas com pessoas envolvidas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. (GIL, 2002, p. 41).

Para isso, fez-se um levantamento bibliográfico e análise de artigos científicos produzidos sobre o tema em questão – a análise do conteúdo do jornal Folha de São Paulo, no canal digital Tumblr. Os artigos científicos foram encontrados pela internet em formato PDF. Além desse material, profissionais da área de jornalismo, conteúdo, Cibercultura e professores familiarizados com as teorias da comunicação foram consultados a fim de averiguar as interpretações realizadas e auxiliar na compreensão dos conceitos.

Diferentes autores propõem diversas formas do processo de Análise de Conteúdo. No entanto, Laurence Bardin, professora-assistente do curso de Psicologia na Universidade de Paris V e autora do livro Análise de Conteúdo foi a escolhida como fonte principal para o desenvolvimento do trabalho em questão.

Laurence acredita que, para um melhor desempenho na tarefa de explicar o significado da análise de conteúdo, devem-se tomar algumas opções como escrever a evolução da análise de conteúdo, descrevendo o contexto histórico (2011, p.16)

Descrever a história da “Análise de conteúdo” é essencialmente referenciar as diligências que nos Estados Unidos marcaram o desenvolvimento de um instrumento de análise das comunicações; é seguir passo a passo o crescimento quantitativo e a diversificação qualitativa dos estudos empíricos apoiados na utilização de uma das técnicas classificadas sob a designação genérica de análise de conteúdo; é observar a *posteriori* os aperfeiçoamentos materiais e as aplicações abusivas de uma prática que funciona há mais de meio século”. (BARDIN, 2011, p. 18)

Já o segundo momento histórico, “É caracterizado pela expansão das aplicações da técnica a disciplinas muito diversificadas e pelo aparecimento de interrogações e novas respostas no plano metodológico. Segundo a autora, depois de uma realidade de codificação imperiosa que atinge o seu apogeu com Berelson, o período posterior à guerra é marcado por anos de bloqueio e desinteresse. “” (FARAGO e FOFONCA, 2013, p.2).

Em um terceiro momento, segundo a autora (2011), surgem os computadores, a dedicação ao estudo da comunicação não verbal (semiologia) e a inviabilidade de precisão dos trabalhos linguísticos. (BARDIN, 2011, p. 28).

Sugere-se nessa “referenciações” da autora que a linguística, ao contrário da análise de conteúdo, não pode ser categorizada, o que remete a necessidade de um guia teórico a fim de preencher as lacunas da comunicação.

Em uma tentativa, bem sucedida, de diferenciar a análise de conteúdo e a linguística, (2011, p. 49-50) Laurence define-a como “Uma busca de outras realidades por meio das mensagens” e no momento da análise, “leva em consideração as significações (conteúdo), eventualmente a sua forma e a distribuição desses conteúdos e formas (índices formais e análise de coocorrência)”.

De acordo com Laurence (2012, p. 172) para começar a análise, precisa-se ser reconhecido alguns categorias. Essas mesas se dispõem em: “Preparação das informações; Unitarização ou transformações do conteúdo em unidades; Categorização ou classificação das unidades em categorias; Descrição; Interpretação”. (MORAIS, 1999). Se essas 5 fases forem respeitadas, a análise se torna a aplicação sistemática das decisões tomadas (BARDIN, 2011, p. 131). Para que isso aconteça, sugere-se total conhecimento do conteúdo a ser trabalhado, assim como uma leitura de todo o material, selecionando aqueles que efetivamente estão de acordo com os objetivos da pesquisa (1999). Ainda segundo Moraes, tendo em vista realização do processo descrito acima, inicia-se o processo de unitarização, ou seja, reler todos os materiais e identificar neles as unidades de análise, codificando-os através de números ou letras.

Ao assim proceder-se codifica-se cada unidade, estabelecendo-se códigos adicionais, associados ao sistema de codificação já elaborado anteriormente. Ao concluir-se este processo geralmente se terá as diferentes mensagens divididas em elementos menores, cada um deles identificado por um código que especifica a unidade da amostra da qual provém e dentro desta a ordem seqüencial em que aparece. Assim, por exemplo, se um documento da amostra recebeu o código “1”, as diferentes unidades de análise deste documento poderão receber os códigos “1.1”, “1.2”, “1.3” e assim por diante. (MORAES, 1999).

Após esse processo, faz-se a categorização do material, agrupam-se dados, considerando similaridades entre eles. “A categorização é, portanto, uma operação de classificação dos elementos de uma mensagem seguindo determinados critérios. Ela facilita a análise da informação, mas deve fundamentar-se numa definição precisa do problema, dos objetivos e dos elementos utilizados na análise de conteúdo”. (MORAES, 1999).

A penúltima etapa do processo de análise proposto por Laurence Bardin chama-se: Descrição:

O momento da descrição é, sem dúvida, de extrema importância na análise de conteúdo. É o momento de expressar os significados captados e intuídos nas mensagens analisadas. Não adianta investir muito tempo e esforço na constituição de um conjunto de categorias significativo e válido, se no momento de apresentar os resultados não se tiver os mesmos cuidados. Será geralmente através do texto produzido como resultado da análise que se poderá perceber a validade da pesquisa e de seus resultados. (MORAES, 1999)

De acordo com Moraes (1999), em uma pesquisa quantitativa, a descrição deve ser disposta em tabelas e quadros, apresentando as categorias e percentuais alusivas a ela. No caso desta presente pesquisa, que pretende analisar o conteúdo da Folha de São Paulo no Tumblr, qualitativa, ainda conforme o autor, “Para cada uma das categorias será produzido um texto síntese em que se expresse o conjunto de significados presentes nas diversas unidades de análise incluídas em cada uma delas”.

Por fim, a Interpretação, que vem justificar que uma análise não deve seguir, apenas, o processo estrutural de descrição. “A interpretação constitui um passo imprescindível em toda a análise de conteúdo, especialmente naquelas de natureza qualitativa”. (MORAES, 1999), apontando dessa forma que a análise expressa um caráter subjetivo.

A partir do que se discutiu, de forma breve nesse subtítulo, buscar-se-á no objetivo proposto pelo trabalho, à realização de uma análise, mais aprofundada, de três notícias da

Folha de São Paulo, em comparação com a mesma notícia, porém, vinculada no site da Folha, contemplando outros aspectos dentro dos citados acima, segundo as categorias de análise de Luciana Moherdau , mencionadas por Luciano Miranda, na intenção de verificar como se caracterizam as notícias do Tumblr.

3.1 Análise de conteúdo da Folha de São Paulo no Tumblr

As três matérias a serem analisadas foram escolhidas em um espaço de tempo randômico, diferentemente de seu conteúdo, tendo em vista que se buscou optar por conteúdos a respeito de tecnologia e ciência, casando com o objeto de estudo do trabalho, o veículo digital, Tumblr. Seguem abaixo os pares de matérias analisadas, as quais constituem o *corpus* do presente estudo:

3.1.1 Com 30 milhões de novos usuários, Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012

A presente matéria foi publicada no *site* da Folha de São Paulo, no dia 23 de janeiro de 2013 às 16 horas e 06 minutos. Sem menção de autor, encontra-se na editoria Tec, abreviação da palavra tecnologia, e prolonga-se em cinco parágrafos, acompanhados de uma foto pequena e ilustrativa do fundador e executivo-chefe do Facebook, Mark Zuckerberg. Foi recomendado⁷ por 487 usuários do Facebook.

⁷ O botão curtir e recomendar do Facebook, nos sites, deixam você expressar o seu interesse e mostrá-lo para os seus amigos com apenas um click. Porém, para que a sua ação apareça no Facebook, você deve estar logado, ou seja, online, no momento que clicar no botão. (FACEBOOK, 2013. *Tradução nossa*).

23/01/2013 - 16h06

Com 30 milhões de novos usuários, Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012

DE SÃO PAULO

 487
  4

Com quase 30 milhões de novos usuários ativos mensais, o Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012, segundo [dados divulgados pela empresa de estatísticas de mídias sociais Socialbakers](#) nesta quarta-feira (23).

Desde março do ano passado, o Brasil é o país com o segundo maior número de usuários (65 milhões) na rede social, atrás apenas dos EUA (167 milhões), ainda de acordo com a Socialbakers.

As duas marcas mais populares por número de fãs no Brasil continuam sendo Guaraná Antarctica (10 milhões) e Skol (9,2 milhões), segundo a empresa de estatísticas.

Os países que mais cresceram no Facebook em 2012, depois do Brasil, foram Índia (21,3 milhões), Japão (10,9 milhões), Indonésia (9,7 milhões) e México (9,2 milhões).

No ano passado, a Ásia passou a ser o continente com mais usuários no Facebook, ultrapassando a América do Norte e a Europa, também de acordo com a Socialbakers.



Robert Galbraith/Reuters
Mark Zuckerberg, fundador e executivo-chefe do Facebook, Brasil foi o país que mais cresceu em 2012 na rede social

[+ BLOG DE TEC](#)

Figura 1: Crescimento do Facebook no Brasil em 2012 – matéria 1

No Tumblr, foi publicada no mesmo dia 23 de janeiro de 2013 e o autor, como no site, também não pode ser identificado. A matéria não contém título e/ou linha de apoio. O tamanho da estrutura dos textos, no Tumblr, não é padronizado, entretanto, identificou-se que, no geral, não passam de cinco linhas, resultando, conseqüentemente, em um parágrafo. No presente caso, a matéria contém duas linhas, as quais podem ser constatadas no seguinte exemplo: “Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012, com quase 30 milhões de novos usuários”. Logo após o ponto final, segue-se o link para acesso à matéria do site “<http://folha.com/no1219239>”. A foto utilizada para explanar é, devidamente, creditada “(Foto: AFP)” e diferente à do *site* em tamanho e ângulo fotográfico. O post foi curtido por sete pessoas e uma dessas sete, “reblogou”⁸, contabilizando, por fim, 8 interações – curtidas e “reblogs”.

⁸ Os usuários, ao clicarem no botão “reblog” de um post que eles gostam, possibilitam que o mesmo seja publicado em seu próprio Tumblr para os seus seguidores. (ROUSE, 2012, *tradução nossa*)

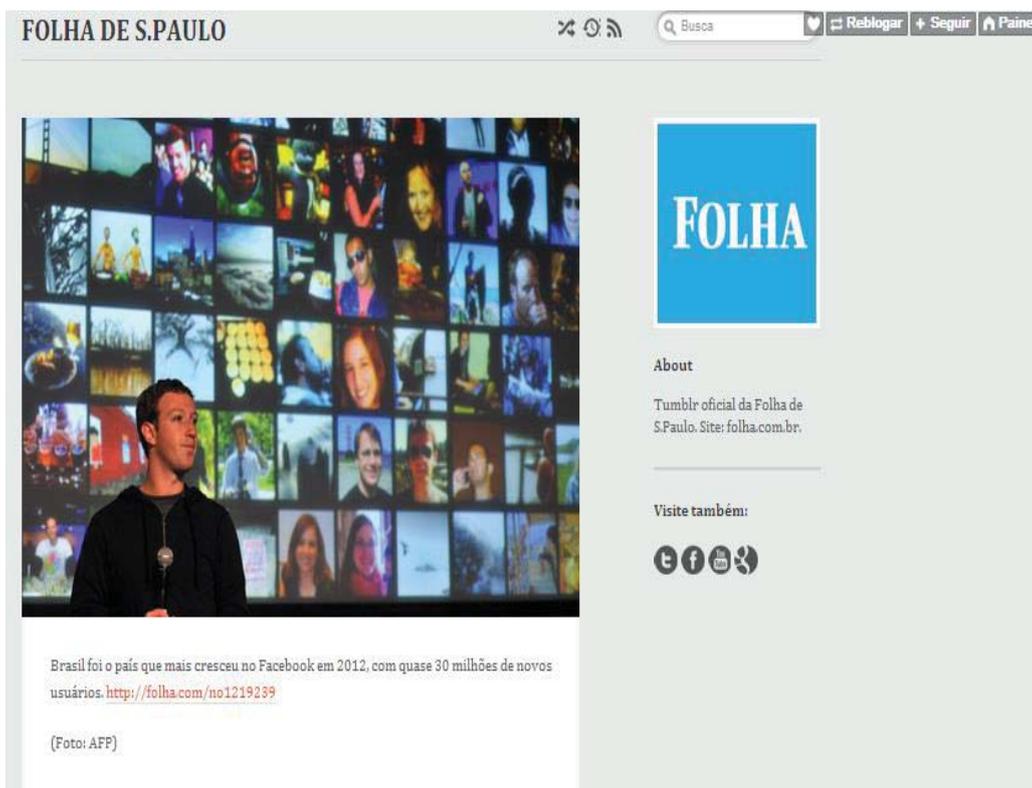


Figura 2: Crescimento do Facebook no Brasil em 2012 – matéria 2

Transferindo o olhar para a interpretação de cada texto, após ter feito a descrição, percebe-se que a frase utilizada no Tumblr não é uma cópia literal de algum trecho do texto principal do site, porém, apresenta algumas semelhanças com o título, onde a diferença está na disposição da oração. “Com 30 milhões de novos usuários, Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012” torna-se: “Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012, com 30 milhões de novos usuários”.

Sugere-se, de acordo com o que já foi explicitado na revisão teórica, que a faixa etária da maioria dos usuários do Tumblr condiz com a faixa etária da maior parcela de usuários ativos do Facebook. 62% do público do Facebook encontra-se na faixa de idade correspondente a 18-34 anos (FACEBOOK INTERNAL DATA, 2011). Supõe-se, então, que a troca de palavras no período foi proposital, trazendo “Facebook” para a primeira parte da oração, deixando a informação quantitativa por fim.

Noutra fonte cita-se que, mundialmente, 68% da audiência do Facebook têm mais de 35 anos. “Ou seja, uma audiência “madura”, mas cujo interesse na rede é semelhante ao de pessoas de qualquer idade: manter-se em contato com amigos e parentes e compartilhar coisas pessoais” (CASTRO, 2013). Salienta-se, dessa forma, que o interesse pelas duas redes sociais, Tumblr e Facebook, não é dado, somente pela faixa etária, mas, sim, pelo desejo de manter-se atualizado nas mídias sociais.

Inclusive visualmente, a matéria residente no site da Folha de São Paulo é, indubitavelmente, maior do que a do Tumblr, tanto em conteúdo, quanto em estrutura. O Tumblr aborda o assunto de forma rápida e direta, prontamente linkando o site da Folha de São Paulo, direcionando, desse modo o leitor para outra plataforma, mais completa, de informações sobre o assunto mencionado. A matéria do site expõe, além do principal assunto, o crescimento dos Brasileiros no Facebook, estatísticas sobre a pesquisa, fontes, como no exemplo: “Segundo os dados divulgados pela imprensa de estatísticas de mídias sociais Socialbakers” e repete palavras para que o leitor compreenda, sem devaneios, a mensagem que está sendo transmitida. Além disso, encontram-se informações adicionais que justificam o crescimento e influência do Facebook, como: “As duas marcas mais populares por número de fãs no Brasil continuam sendo Guaraná Antarctica (10 milhões) e Skol (9,2 milhões), segundo a empresa de estatísticas”. E, por fim, um breve contexto histórico sobre o posicionamento do Brasil – e outros países – no ano anterior à pesquisa: “No ano passado, a Ásia passou a ser o continente com mais usuários no Facebook, ultrapassando a América do Norte e a Europa, também de acordo com a Socialbakers”.

Identifica-se, com esse adicional significativo de informações no site, ausente no Tumblr, que o objeto de estudo foi usado, nesse caso, como forma de replicação de conteúdo e propagação da notícia, uma vez que vinculada em diferentes canais, atinge uma proporção maior de pessoas.

O uso da metáfora, uma das categorias de análise empregada é, habilmente, inutilizado por ambos os veículos, e a gramática, rigidamente aplicada na regra geral. A repetição de palavras, por sua vez, como “Cresceram”, “Usuários”, “Facebook”, “Socialbakers”, “país” e “Brasil”, que facilitam a compreensão e fixação do leitor na hora de

adquirir a informação, são praticadas no site e estão ausentes no Tumblr da Folha de São Paulo.

O Endereço digital, no site, é utilizado como hiperlink, ou seja, o autor do texto elencou palavra-chave em determinado parágrafo e fez com que a mesma torne-se o próprio “nome” do link. “... os chamados hiperlinks, que ligam uma página da internet à outra.” (BALDESSAR et al, 2013, p.03). Ao clicar na frase: “dados divulgados pela empresa de estatísticas de mídias sociais Socialbakers”, o usuário é direcionado para o site da empresa. O mesmo poderia ter realizado no Tumblr. Em oposição ao link copiado, encurtado⁹ e colado ao final da matéria, a frase “saiba mais no site da Folha de São Paulo” poderia se tornar um hiperlink. Ao clicar, o leitor seria levado até a matéria completa no site da Folha. Desse modo, acredita-se que a postagem se tornaria menos fria, mais interativa na ótica do leitor.

Sobre a distribuição estrutural no site da Folha de São Paulo, são cinco parágrafos de três, três, quatro, quatro e cinco linhas, respectivamente, respeitando a descrição da categorização referente a parágrafos, sugerida por Moherdau. No Tumblr, com apenas um parágrafo de 18 palavras, também respeita a descrição proposta pela autora, entretanto, por ser breve, carrega consigo, exclusivamente, as informações da primeira parte da pirâmide invertida, ou seja, o lide, sem desenvolver possíveis adicionais de informação sobre o assunto.

Além das observações descritas acima, identifica-se a palavra estrangeira “Facebook” sendo utilizada normalmente, sem itálico, no conteúdo dos dois veículos, Folha de São Paulo e Tumblr. Acredita-se que, por se tratar de nome próprio, essa normatização acaba se tornando irrelevante. O uso das aspas e pronomes demonstrativos, sejam eles indefinitos ou não, não foram identificados. Nem um nome próprio foi abreviado e os números, a partir de 11, exclusivamente, foram usados em numerais.

Referente ao nariz de cera, uma das categorias de análise considerada, segue as normas do jornalismo tradicional, (leia-se, jornalismo das mídias tradicionais) em nenhum dos veículos identifica-se um parágrafo introdutório, retratando a abordagem do assunto enfocado e tendendo à prolixidade.

⁹ Links encurtados são uma excelente praticidade, pois reduzem o tamanho de endereços enormes. Serviços deste tipo tornaram-se praticamente obrigatórios com a explosão do Twitter e a limitação de 140 caracteres por postagem. (AMOROSO, 2013)

Enfim, a foto que ilustra a matéria, “Com 30 milhões de novos usuários, Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012” no site, é pequena e, devidamente ilustrativa, diferenciando-se da foto do outro veículo em questão. O Tumblr aposta em uma imagem maior, mais atrativa e em um ângulo fotográfico diferente. Em ambos os casos, a matéria não dependia da foto para ser compreendida. Pode se dizer, então, que o site da Folha de São Paulo usou a foto da melhor forma, já o Tumblr, exagerou? O assunto, realmente, não justifica a utilização de uma foto em destaque, mas a funcionalidade do veículo digital Tumblr, sim. Segundo Fernandes, (2013) o apelo visual do Tumblr é garantido pela praticidade que ele oferece na hora de postar elementos audiovisuais e exclusivamente visuais em relação aos blogs tradicionais. Por conseguinte, entende-se que, mesmo a matéria sendo independente da foto, os veículos digitais pedem por uma ilustração, para tornar o conteúdo mais atrativo. E, no Tumblr, essa característica é ressaltada, pois trata-se de um canal digital com apelo visual significativo.

Vale ressaltar que, a possibilidade da replicação da mesma foto para os dois veículos, porém em um tamanho maior, era imaginável, entretanto, decidiu-se por elencar duas fotos diferentes, uma para cada veículo, levando em consideração o espaço e funcionalidade de cada um.

Verificou-se que a notícia “Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook, com 30 milhões de novos usuários, em 2012”, veiculada pela Folha de São Paulo, no Tumblr contempla as seguintes categorias de jornalismo on-line: Parágrafos; Metáfora; Nomes próprios; Números; Gramática; Endereços e Pronomes demonstrativos e indefinidos.

Transpondo em resultado numérico, encontram-se, entre 14 categorias listadas, 8 empregos corretos, 2 incorretos, nas categorias “Lide” e “Voz ativa” e 4 nulas, ou seja, que não foram identificadas ou pela falta de conteúdo abrangida no Tumblr, ou por que o assunto não contemplava as categorias. São eles: Nariz de cera; Aspás; Palavras estrangeiras e Palavras repetidas. É válido comentar que, na categorização Lide, a descrição é aplicada de forma truncada. As perguntas respondidas no Lide da notícia da Folha de São Paulo, no Tumblr são, apenas, “Por quê?” “Quando?” “Onde?” “Quem?” e “O quê?”. Entende-se que o lide é formado pelo conjunto de respostas das seis perguntas e a notícia contempla, apenas, cinco respostas.

3.1.2 Novo Myspace abre ao público com single de Justin Timberlake; veja galeria

A segunda matéria, escolhida como material de análise foi publicada no site da Folha de São Paulo, no dia 15 de janeiro de 2013, às 16 horas e 16 minutos. Sem identificação do autor, encontra-se, assim como a primeira, na editoria Tec e prolonga-se por cinco parágrafos, seguidos por uma galeria de fotos sobre a nova faceta do *Myspace*. De oito imagens que compõem a galeria, sete são sobre a nova estrutura e uma, diga-se de passagem, principal e destaque é do cantor e investidor do site, Justin Timberlake. As fotos não foram, devidamente, creditadas, por serem *printscreens*¹⁰ da nova versão da rede social Myspace. A matéria foi recomendada por 15 usuários do Facebook.

¹⁰ “Você pode capturar uma imagem da tela pressionando a tecla PRINT SCREEN (PRTSC ou PRTSCN em alguns teclados). Isso se chama captura de tela. A captura de tela pode ser colada em um documento, uma mensagem de e-mail ou outro arquivo” (WINDOWS, 2013)

tec

[A A](#)
[Mais](#) |
 [Menor](#)
[Enviar por e-mail](#)
[Comunicar erros](#)
[Link](#)
<http://folha.com/no12>
[t](#)
[f](#)
[o](#)
[r](#)
[+](#)

15/01/2013 - 16h16

Novo Myspace abre ao público com single de Justin Timberlake; veja galeria

DE SÃO PAULO

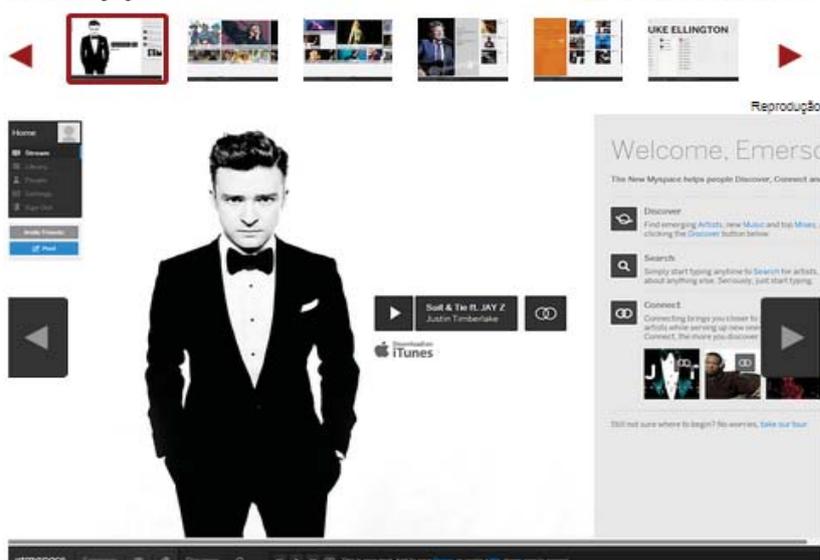
[Recomendar](#) 15
 [+](#) 2

A nova versão da rede social [Myspace](#) abriu ao público nesta terça-feira (15), depois de um período beta (de testes) fechado.

A página inicial destaca o [novo single](#) "Suit & Tie", do cantor Justin Timberlake, que é um dos investidores do site.

Novo Myspace

Ver em tamanho maior »



Tela da nova versão da rede social Myspace

Totalmente redesenhado, o novo Myspace é focado em música e permite ao usuário "conectar-se" com artistas e descobrir novas canções.

O site conta com uma ferramenta de busca e com uma linha do tempo semelhante às do Twitter e do Facebook, na qual se pode publicar textos, músicas e fotos.

O Myspace foi a rede social mais popular do mundo entre 2005 e 2008, antes de ser destronado pelo Facebook, que também anuncia novidades nesta terça-feira (15).

Figura 3: Novo Myspace abre ao público com single de Justin Timberlake – matéria 1

No Tumblr, a mesma matéria, porém, sem título, foi publicada no dia 15 de janeiro de 2013, sem especificação de hora ou autor. O conteúdo estende-se por três linhas, juntamente com link da matéria no site da Folha de São Paulo, como pode ser exemplificado: “Lembra-se do **Myspace**? Hoje, uma nova versão do site foi aberto ao público, totalmente reformulada. Mais do que nunca, o foco é a música: <http://folha.com/no1215181>”. A ilustração a matéria

resume-se a uma foto grande do cantor, Justin Timberlake participando do novo desing da rede social. A imagem, assim como no site, não é creditada, sugerindo, novamente, a possibilidade de o autor ter capturado um printscreen da nova tela do Myspace e usado como ilustração para a notícia. O post recebeu, ao todo, oito curtuições e nenhuma reblogagem.

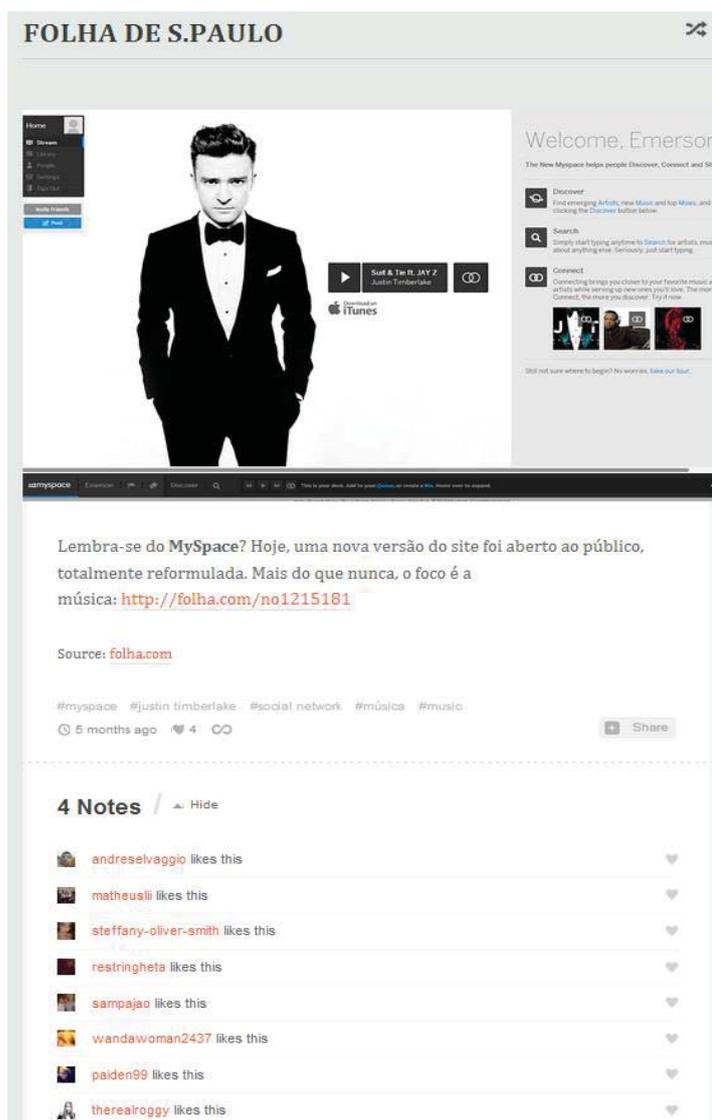


Figura 4: Novo Myspace abre ao público com single de Justin Timberlake – matéria 2

Passando para a interpretação e aplicação de cada categoria, avalia-se a quantidade de informações presente no conteúdo do Tumblr, em comparação com o da Folha de São Paulo.

A matéria no site é dividida em cinco parágrafos, contendo 22, 21, 20, 30 e 25 palavras em casa um deles e duas, três, duas, duas e uma linha, respectivamente. O primeiro parágrafo prontifica-se em esclarecer as dúvidas do leitor quanto à notícia, introduzindo, de forma rápida, o assunto. O segundo justifica, de certa forma, a utilização da imagem de Justin Timberlake como destaque que, apensar de ser uma personalidade no mundo da música, principal produto do Myspace, não se relacionada, de forma direta, com a informação, fundamental, da notícia. O terceiro parágrafo expõe a proposta do novo Myspace e elenca os benefícios do canal: “O novo Myspace é focado em música e permite ao usuário “conectar-se” com artistas e descobrir novas canções”. O penúltimo encarrega-se de contar as novidades na estrutura e funcionalidade do novo design, para o leitor: “O site conta com uma ferramenta de busca e com uma linha do tempo, semelhante às do Twitter e do Facebook, na qual se pode publicar textos, músicas e fotos”. Observa-se aqui, a menção feita pelo autor de outras redes sociais, que, dentre muitas características, pela sua interatividade ganharam a confiança da maioria dos usuários jovens e ativos. No quinto, e último parágrafo, o jornalista sugere um breve histórico sobre o Myspace e seu tempo de glória, que pode ser entendido como um modo de conclusão da matéria: “O Myspace foi a rede social mais popular do mundo entre 2005 e 2008, antes de ser destronado pelo Facebook...”.

Em contra ponto a quantidade de parágrafos da notícia acima, desenvolvendo um único assunto, o Tumblr exhibe, apenas, um parágrafo de uma linha: “Lembra-se do Myspace? Hoje, a nova versão do site foi aberto ao público, totalmente reformulada. Mais do que nunca, o foco é a música”, que pode ser entendido como uma introdução que responde as perguntas “O quê?”, “Por quê?”, “Quem?” e “Onde” do lide. Ou, ainda, uma chamada para “mais informações” no site da Folha de São Paulo, afinal, logo após o ponto final da frase, segue-se o link da matéria no site.

Apesar da frase: “Lembra-se do Myspace” propor uma interação ao leitor, uma das lacunas deixadas no Tumblr pela pouca exploração de parágrafos, com informações

relevantes é a explicação para a imagem que acompanha a notícia. Em momento algum o autor explica que Justin é um dos investidores do site e, por esse motivo, ele encontra-se em destaque. Diversamente do site, no Tumblr, o leitor não conta com uma galeria de fotos que contempla outras imagens e mostram o novo design do Myspace.

Referente à imagem utilizada, outra análise pode ser obtida. O autor da frase do Tumblr poderia ter utilizado qualquer foto da galeria da matéria como ilustração, porém, mesmo assim optou pela imagem de Justin Timberlake. Sugere-se uma justificativa para essa decisão. Considerando a pouca idade da maioria dos usuários do Tumblr, por vezes discutidas no trabalho, a intenção foi causar empatia com público, utilizando, então, a foto de um artista que é referência na indústria musical. Contudo, a relação da informação com a ilustração continua esquizofrênica, prejudicando, por sua vez, a leitura concordância do texto, com a imagem.

Quanto ao endereço eletrônico, segue-se o mesmo procedimento da primeira reportagem analisada. No Tumblr, o link é encurtado e colado ao final da frase: “... Mais do que nunca, o foco é a música: <http://folha.com/no1215181>”. No *site*, as palavras “novo single” e “Myspace” tornam-se hiperlinks. As primeiras direcionam o leitor para outra matéria do site que reporta, especificamente, o lançamento da nova música do cantor. A segunda conduz o usuário para o canal reformulado do Myspace. Aponta-se que, possivelmente, o veículo Tumblr perde alguns leitores por não transformar o endereço digital em uma frase como: “Leia mais sobre a matéria e confira a galeria de fotos”, que motiva o usuário a clicar e, mais importante, explica o motivo do link ao final da notícia.

As palavras “beta” e “Single”, apesar de estrangeiras, não estão escritas em itálico no site da Folha, porém, a palavra “Beta” ganha uma rápida explicação, entre parênteses, do seu significado. Os números “15”, “2005” e “2008” são usados corretamente, e o uso de metáforas e abreviações de nomes próprios não é empregado em nenhum dos âmbitos, para possível facilitação no entendimento do conteúdo e maior efetividade na compreensão, respectivamente. O uso de aspas ocorre, corretamente, uma única vez na matéria do site, na expressão “Suit & Tie”, título da nova música do cantor, Justin Timberlake, tendo em vista

que, segundo Piacentini, a utilização de aspas deve estar presente quando há estrangeirismos (2013, p. 02).

No Tumblr, a repetição de palavras para fixação do conteúdo não é cometida pela pouca exploração do mesmo. Já no site da Folha de São Paulo, as palavras “Rede social”, “site”, “Facebook”, “Myspace” e “Nova” são repetidas em diferentes momentos do texto. A gramática, na matéria do site da Folha de São Paulo, é respeitada. No Tumblr, comete-se um erro de concordância de gênero, na frase: “Hoje, uma nova versão do site foi aberto ao público...”. A palavra “aberto” deveria estar escrita como gênero feminino, portanto, “aberta”. Desse modo, faria relação com a palavra “versão”.

Não se utilizam frases fragmentadas, sem verbo ou sujeito e as sentenças são simples. O uso da voz ativa deve ser predominante, mas essa regra não é seguida pelo autor da matéria do Tumblr, como pode-se compreender pela frase: “... Uma nova versão do site foi aberto ao público...”. Observa-se o extrato “foi aberto” como uma ocultação do sujeito, ou seja, voz ativa de ordem indireta. Esse tipo de construção gramatical aumenta o número de palavras e não atrai leitores para o texto. Ele se torna massivo e, por consequência, distante da dinamicidade.

Sobre os pronomes demonstrativos, em excesso, prejudicam o ritmo do texto, erro que não é comentado por nenhum dos veículos em análise. Pronomes indefinidos também não são utilizados.

Constata-se, por fim, que a notícia “Novo Myspace abre ao público com single de Justin Timberlake; veja galeria”, veiculada pela Folha de São Paulo, no Tumblr contempla as seguintes categorias de jornalismo on-line, indicadas por Moherdau: Parágrafos; Nomes próprios; Endereços; Metáforas; Pronomes Demonstrativos e indefinitos. As demais categorias: Palavras estrangeiras; Números; Repetições de palavras; Aspas e Gramática são inexistentes na notícia. Anula-se a categoria “Nariz de cera”, ou seja, não é utilizada. A categoria lide foi encontrada, porém, de forma incompleta. As perguntas respondidas no Lide da notícia da Folha de São Paulo, no Tumblr são, apenas, “O quê?”, “Por quê?”, “Quem?” e “Onde”. Tendo em vista que o lide é formado pelo conjunto de respostas das seis perguntas, mais uma categoria é descartada na presente análise. Por fim, a categoria “Voz ativa” é empregada de forma errada.

Em resultados exatos, são 14 categorias sendo 6 contempladas pela notícia, 2 utilizadas erroneamente, 1 anulada e 5 inexistentes.

3.1.3 Nasa captura imagem de tempestade:

A matéria do site da Folha de São Paulo foi publicada no dia 05 de maio de 2013, às 3 horas e 25 minutos. Sem a assinatura do autor, localiza-se na editoria ciência e delonga-se em dois parágrafos introdutórios, um subtítulo chamado “Transtornos” e mais quatro parágrafos. Tem uma única imagem ilustrativa, que divide a matéria ao meio e foi recomendada por 152 usuários no Facebook.

06/05/2013 - 03h25

Nasa captura imagem de tempestade solar

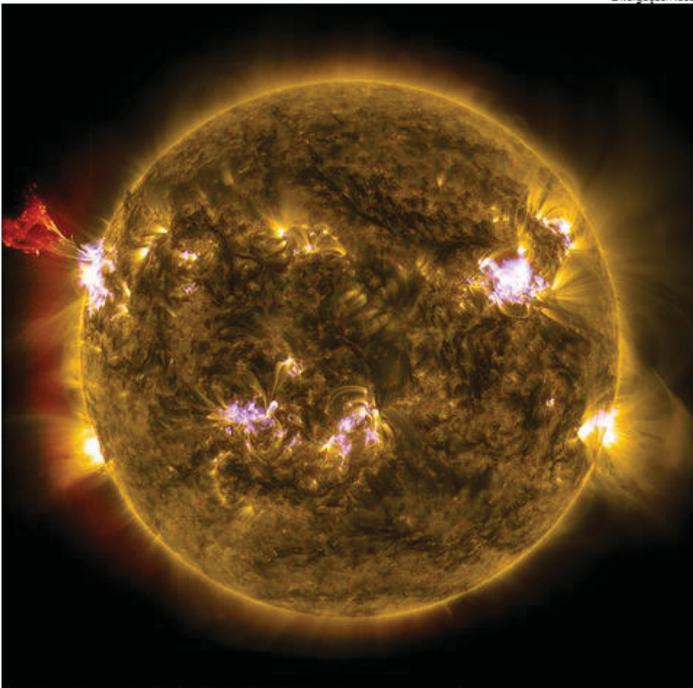
DE SÃO PAULO

Recomendar 152 +1 8

A Nasa capturou imagens de erupções solares em uma tempestade de média intensidade que aconteceu em nosso astro na semana passada.

O fenômeno não causou danos na Terra, mas ciclo de 11 anos de atividade do Sol caminha para seu período mais intenso no fim de 2013, e esse tipo de fenômeno tende a ficar cada vez mais intenso até lá.

Divulgação/Nasa



Nasa capturou imagens de erupção solar de média intensidade que aconteceu na semana passada

TRANSTORNOS

A atmosfera da Terra acaba "filtrando" boa parte da radiação mais perigosa aos humanos. O problema, no entanto, são os possíveis transtornos indiretos.

As tempestades solares podem interferir no funcionamento de satélites importantes, como os de GPS e de comunicação.

Em 1989, uma tempestade solar causou a queda na rede elétrica no Canadá.

A consequência mais comum, porém, é a intensificação dos fenômenos luminosos conhecidos como auroras austrais e boreais, que ficam visíveis mais longe dos polos.

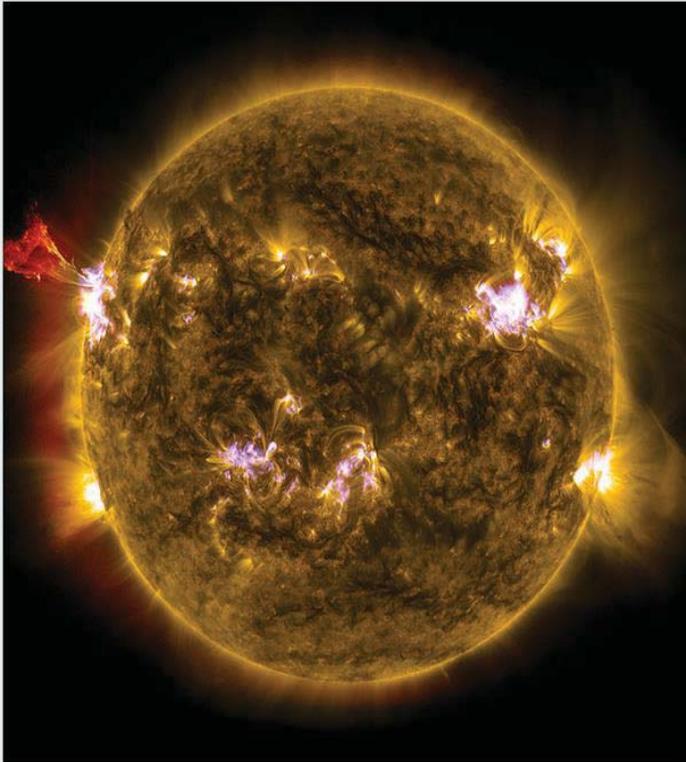
Figura 5: Nasa captura imagem de tempestade solar – matéria 1

No Tumblr oficial da Folha de São Paulo, a mesma matéria foi postada no dia 06 de maio de 2013. Sem título, horário específico ou menção de autor, é ilustrada com a mesma foto utilizada no site, - e devidamente creditada “(Foto: Nasa)” - mas escrita de forma sucinta ocupando, apenas, três linhas de conteúdo: “Nasa captura imagem de tempestade solar. <http://folha.com/no1273857> As tempestades solares podem interferir no funcionamento de satélites mais importantes, como os de GPS e de comunicação”. O post arrecadou, até então, 36 reblogs e 27 curtições, contabilizando 63 interações. Número elevado comparado às duas reportagens analisadas a cima.



FOLHA DE S.PAULO

Busca



FOLHA

About

Tumblr oficial da Folha de S.Paulo. Site: folha.com.br.

Visite também:

t f in g

Nasa captura imagem de tempestade solar. <http://folha.com/no1273857> As tempestades solares podem interferir no funcionamento de satélites mais importantes, como os de GPS e de comunicação. (Foto: Nasa)

1 month ago 63 Share

63 Notes / Show

Figura 6: Nasa captura imagem de tempestade solar – matéria 2

Aproveitando-se da observação sobre o número de curtições, para iniciar uma interpretação mais profunda de ambas as matérias, as matérias anteriores, sobre o crescimento do Brasil no Facebook e o novo desing do Myspace, foram postadas no início do ano de 2013, mais precisamente no mês de Janeiro. A matéria em questão, sobre a imagem de uma tempestade solar, divulgada pela Nasa, foi postada no mês de maio de 2013, ou seja, as interações, que antes não passavam de dez, com um espaçamento de tempo de quatro meses, multiplicaram-se, chegando à 63. Acredita-se, a partir dessa observação, que o Tumblr da Folha de São Paulo disseminou-se, tornando-se mais conhecido ou utilizado pelos usuários Brasileiros. Outra sugestão pode ser feita, justificando o crescimento através da foto utilizada. Ela parece ser mais artística, menos informativa, atraindo a atenção do usuário mais facilmente e provocando a interação com este.

Comprova-se que o conteúdo do Tumblr foi construído a partir de extratos da notícia disponibilizada no site da Folha de São Paulo. A frase “NASA captura imagem de tempestade solar” é o título da notícia do site, já a frase seguinte: “As tempestades solares podem interferir no funcionamento de satélites mais importantes, como os de GPS e de comunicação” constitui o quarto parágrafo da notícia no site. Considerando as datas das publicações, no site, a informação foi ao ar no dia 05 de maio de 20013. No Tumblr, foi postada no dia 06 de maio de 2013, resultando em um dia de atraso. Entende-se, então, que, como na reportagem “Com 30 milhões de novos usuários, Brasil foi o país que mais cresceu no Facebook em 2012”, analisada a cima, não foi disposto tempo específico para produzir uma matéria específica para o Tumblr, o canal serviu como reprodutor de conteúdo, apenas, incentivando o leitor a procurar informações adicionais, através do link.

Sobre o endereço eletrônico, a matéria no site não possui links, desconsiderando a possibilidade de navegação por outras matérias que abordem o mesmo assunto ou possuem algum tipo de relação. A ausente presença de links, na notícia do site da Folha de São Paulo é “compensada” pela notícia do Tumblr. Nela, o link é posto no meio de duas frases, separado por dois pontos finais, um em cada lado, respectivamente: “Nasa captura imagem de tempestade solar. <http://folha.com/no1273857>. As tempestades solares...”. No caso apresentado, existente na notícia do Tumblr, o link se estabelece logo ao final da frase sobre a “captura da imagem de tempestade solar”. Apesar de está no singular, entende-se, a partir dessa posição do link, que o leitor, ao clicar, encontrará mais fotos sobre o assunto. Todavia, a única imagem sobre o fenômeno já está disposta e o leitor e, ao clicar no link, ele não encontrará fotografias adicionais sobre o assunto e, sim, informações adicionais sobre o mesmo.

Percebe-se, ainda, que o link serviu como conexão entre o principal objeto, a fotografia, da notícia e uma breve explicação sobre as consequências do fenômeno capturado pela imagem. Entende-se que, essa estrutura, além de confundir o leitor, quebra o ritmo de leitura. Sugere-se, então, que o link esteja no final da frase para evitar uma suposta incompreensão. Reorganizando a frase, sem a utilização do link do meio e, sim, no final, segue o exemplo: “Nasa captura imagem de tempestade solar. Essas tempestades podem interferir no funcionamento de satélites importantes, como os de GPS e comunicação. <http://folha.com/no1273857>”.

No Tumblr, a palavra “Tempestade” é usada duas vezes, em diferentes linhas do mesmo, e único, parágrafo e segundo Moherdau, essa categoria deve ser aplicada para que o leitor fixe o assunto. Na notícia residente do site da Folha, as palavras “intenso”, “tempestade” e “fenômeno” são repetidas até duas vezes entre o primeiro e o segundo parágrafo. A utilização de aspas não é realizada no Tumblr, porém, empregada na palavra “filtrando” na notícia da Folha de São Paulo. Emprego justificável, segundo Piacentini que afirma a utilização de aspas para realçar palavras e expressões a que se quer dar um sentido particular ou figurado. (2013, p. 2).

Sobre a estrutura do site, identifica-se que a notícia é distribuída em seis parágrafos de duas, três, duas, duas, uma e duas linhas, respectivamente. No primeiro parágrafo, o autor responde as perguntas do Lide, introduzindo a informação para o leitor. Utiliza o segundo parágrafo para esclarecer que o fenômeno não traz malefícios diretos a terra, mas elucida que esse tipo de atividade do sol tende a ficar mais intensa com o passar dos anos. No terceiro parágrafo, iniciado pelo subtítulo “Transtornos”, o autor relata, o que acontece em uma tempestade solar e suas consequências diretas para a terra. O penúltimo e último parágrafo, direcionando-se para a conclusão do texto, oferecendo um breve histórico ao leitor, além de informar sobre o resultado mais comum desse fenômeno, esclarecendo, por fim, a efetividade social do acontecido.

No Tumblr, objeto de estudo da presente pesquisa, a mesma matéria ganha dessemelhantes formas de exposição. Em um único parágrafo de três linhas,

Referente à gramática, outra categoria preconizada por Moherdauí, ela segue a regra geral no Tumblr, porém, no site, sofre alguns desvios. No primeiro parágrafo da notícia, na frase: “... Uma tempestade de média intensidade que aconteceu em nosso astro...” a palavra “em” é escrita com “n”. Nesse caso, cabe a suspeita de erro de digitação, sendo que as teclas n e m, no teclado, ficam uma ao lado da outra. O segundo erro pode ser identificado no segundo parágrafo, já na primeira linha. “... Mas, ciclo de 11 anos de atividade do Sol...”. Entre a vírgula e a palavra ciclo, deve existir um artigo, no caso, no gênero masculino.

Enfim, as sentenças, em ambos os ambientes digitais, Tumblr e site, são simples e empregam a voz ativa. Sem a utilização de metáforas, que dificultando a compreensão rápida do texto, e palavras estrangeiras. Os nomes próprios não foram abreviados em nenhuma das notícias e os números, partir de 11 foram transcritos em numerais. Os pronomes demonstrativos não são usados em exagero e os indefinitos, inutilizados. O Nariz de cera não foi identificado no Tumblr da Folha de São Paulo e nem no site oficial do veículo. O lide, última categoria analisada, está incompleto. Apenas as perguntas “Quem” e “O quê” são respondidas na notícia do Tumblr. No site, encontram-se mais informações abrangendo, dessa forma, todos os questionamentos que fazem parte da definição de lide são respondidos adequadamente.

Verifica-se, então, que a notícia “Nasa captura imagem de tempestade:”, veiculada pela Folha de São Paulo, no Tumblr contempla as seguintes categorias de jornalismo online, sugeridas por Moherdauí: Gramática; Nomes próprios; Parágrafos; Pronomes Demonstrativos e Indefinidos; Metáfora; Repetição das palavra; Voz ativa e endereço. As categorias: Palavras estrangeiras; Aspas e Números são inexistentes. A categoria “Nariz de cera” foi anulada, ou seja, poderia ter sido desenvolvida, mas não é reconhecida no texto. As perguntas respondidas no lide da notícia da Folha de São Paulo, no Tumblr são, apenas, “Quem” e “O quê”. Tendo em vista que o lide é formado pelo conjunto de respostas das seis perguntas, mais uma categoria é descartada na presente análise.

Em resultados exatos, são 14 categorias sendo 9 contempladas pela notícia “Nasa captura imagem de tempestade”, 3 inexistentes, 1 anulada e 1 usada erroneamente.

4 RESUMO DOS RESULTADOS OBTIDOS

Foram assinaladas as categorias encontradas nas notícias do Tumblr e que respeitam suas respectivas descrições, propostas por Moherdau e confirmadas por Miranda. Contudo, ressalta-se que o objetivo da pesquisa não é quantitativa, apenas qualitativa, exploratória, mas vale-se de alguns resultados quantitativos para obter-se mais inferências.

CATEGORIAS	DESCRIÇÃO	1ª	2ª	3ª
Palavras estrangeiras	Escritas em itálico.			
Pronomes Demonstrativos	Em excesso, prejudicam o ritmo do texto, o que induz a dar nomes às coisas.	X	X	X
Pronomes Indefinidos	só quando não for possível determinar o número expresso pelo fato – se impossível com precisão, é preferível muitas vezes deixá-lo de lado;	X	X	X
Metáforas	Reavaliar o uso de metáforas e certas expressões típicas dos países; levar em consideração os leitores estrangeiros.	X	X	X
Repetições de palavras	Às vezes favorecem a clareza e o entendimento do texto			X
Usar Voz ativa	Como significado preciso em lugar de locuções			X
Endereços	Serão escritos por extensos, em caixa alta e baixa (os eletrônicos serão grafados de acordo com as normas da internet).	X	X	X
Aspas	Aspas serão utilizadas se necessárias.			

Gramática	Deve-se seguir a regra geral, evitando sentenças fragmentadas em que falte sujeito ou verbo, exceto nos títulos ou legendas;	X		X
Nariz de cera	Indispensável, assim como em todo o texto jornalístico.			
Nomes próprios	Evita-se abreviar os nomes próprios.	X	X	X
Números	Para os números: de uma a nove devem ser grafados por extenso; a partir de 11, inclusive, usam-se numerais.	X		
Os parágrafos	Como as sentenças, são curtos, com, no máximo cinco linhas e não mais que 75 toques, pois acima disso, há dificuldade de leitura na tela	X	X	X
Lead ou Lide	Deve-se privilegiar o noticioso. (O quê, como, quando, por quê, onde e quem)			

Quadro 2: Categorias identificadas nas notícias do Tumblr

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou verificar e analisar se o conteúdo produzido no Tumblr da Folha de São Paulo é jornalístico.

Após ter sido feita uma fundamentação teórica no primeiro capítulo, abordando os conceitos de Cibercultura, Jornalismo on-line, Web e microblog, Tumblr e, por fim, contextualização da Folha de São Paulo, o segundo capítulo, “Análise de Conteúdo – Laurence Bardin” foi destinado a uma revisão bibliográfica, do modelo de análise de conteúdo sugerido por Laurence Bardin, em seu livro *Análise de Conteúdo*. A partir do seu conceito de categorização introduzido por ela, foram elencadas algumas categorias, proposta por Luciana Moherdauí e abordadas por Luciano Miranda, em seu livro, *Jornalismo on-line*, sobre conteúdo jornalístico na rede.

No terceiro e último capítulo, por fim, ocorre o desfecho da pesquisa, onde as categorias sugeridas por Moherdauí são, enfim, identificadas. Nesse capítulo é realizada a análise, propriamente dita, utilizando-se de três notícias do Tumblr da Folha de São Paulo, correlacionando-as com as mesmas notícias, porém, veiculadas site da Folha de São Paulo. Durante o processo, identificaram-se alguns resultados qualitativos que foram transpostos em quantitativos para melhor obtenção e visualização de resultados.

As categorias de jornalismo on-line, mencionadas a cima, foram aplicadas em todos os três conteúdos selecionados dentro de um espaço de tempo randômico, porém, com abordagem tecnológica, para entrar em concordância com o objeto de estudo, Tumblr. Ao final de uma análise qualitativa, exploratória que desmembra cada aspecto do texto, aplicando-o e combinando-o com a descrição de cada categoria, criaram-se três tipos de classificação: Inexistente, errônea e utilizada. A Classificação “Inexistente” engloba os resultados das categorias que não foram encontradas nas notícias, seja pela abordagem escolhida pelo autor ou exploração do conteúdo. Categorias como “Aspas”, “Palavras estrangeiras” e “Números”, justificam essa afirmação, pois existem temas específicos que não requerem aspas, números e não utilizam palavras estrangeiras. A “Errônea” representa os resultados de aplicações erradas ou incompletas de determinadas categorias. Já a utilizada, contabiliza todos os resultados das categorias que foram reconhecidas dentro do texto e, o mais importante, empregadas da maneira descrita por Luciana Moherdauí.

Na primeira notícia, de 14 categorias aplicadas, contabiliza-se 8 utilizadas, 4 inexistentes e 2 errôneas. O número de categorias empregadas, corretamente, é maior do que os das outras duas classificações e é maior do que a metade do número total de categorias. O número 4, resultante na classificação “inexistente” é duas vezes menor que o numeral contabilizado das aplicadas de forma errada ou incompleta. Entende-seu, então, a partir dessa leitura que, o número de categorias, as quais foram aplicadas de forma correta é, significativamente, maior que as outras classificações, sugere-se por fim, que o conteúdo da primeira notícia, disposta no Tumblr é jornalístico a partir das 14 categorias sugeridas por Moherdauí.

Diferentemente da primeira, a segunda notícia obteve resultados mais baixos quanto à classificação “utilizada”. Dentre 14 categorias selecionadas, que caracterizam o jornalismo on-line, segundo Luciana Moherdauí, seis – menos que a metade do número total de categorias - foram aplicadas de forma exemplar, 3 de forma errônea e 5 são inexistentes. No entanto, o número de categorias identificadas e utilizadas corretamente continua maior do que as outras classificações. Ainda sob um olhar crítico, diferentemente da primeira notícia, a soma dos resultados das classificações “errônea” e “inexistentes” é maior do que o resultado da classificação “utilizada”. Através de resultados exatos mencionados a cima, a notícia não poderia ser classificada como jornalística, todavia, a classificação “inexistente”, como explicada anteriormente, tem créditos, pois na maioria das vezes, o conteúdo da notícia não pede pela descrição da determinada classificação. Implicou-se, então que pelo resultado final das categorias utilizadas ser alto, perante os outros, a segunda notícia também pode ser classificada como jornalística, levando em consideração as 14 categorias preconizadas por Moherdauí.

A terceira e última notícia da Folha de São Paulo, no Tumblr obteve os seguintes resultados: De 14 categorias analisadas, 9 classificaram-se como “Utilizadas”, 2 são “Errôneas” e 3 “inexistentes”, ou seja, não foram reconhecidas no conteúdo. O número de categorias utilizadas corretamente é maior que a metade do número total de categorias elencadas para a pesquisa e maior que a soma dos resultados das classificações “Errôneas” e “Inexistentes”. Sugeriu-se, então que, o conteúdo da terceira e última reportagem presente no Tumblr da Folha de São Paulo é jornalístico, levando em consideração as categorias enunciadas por Luciana Moherdauí.

Percebeu-se, além das observações acima que, unindo os resultados de todas as três classificações, os números da “inexistente” é maior do que os resultados da “Errônea”, o que indica que categorias aplicadas de forma errada são menores que as inexistentes e

consideravelmente menores que as utilizadas. Além disso, o número de categorias “utilizadas” é sempre maior do que os resultados das outras classificações.

Ao término deste trabalho, constatou-se que, a partir das 14 categorias estipulas pela autora Luciana Moherdauí, três, das três notícias veiculadas pelo canal digital Tumblr são alimentadas por conteúdo jornalístico, respeitando a principal finalidade de um microblog, o de servir como reprodutor de conteúdo.

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 abr. 2013.

AMOROSO, Danilo. Não seja mais surpreendido com links encurtados, 2012. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/tutorial/23389-nao-seja-mais-surpreendido-com-links-encurtados.htm>>. Acesso em: 11 jun. 2013.

AURÉLIO, Buarque de Holanda Ferreira. Dicionário escolar da língua portuguesa – Aurélio Júnior. Curitiba: Positivo, 2011

AYRES, MARCELA. Yahoo! usa Tumblr para anunciar aquisição bilionária, 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/aquisicoes-fusoes/noticias/yahoo-usa-tumblr-para-anunciar-aquisicao-bilionaria>>. Acesso em: 25 maio 2013.

BALDESSAR, Maria José; ANTUNES, Michael Thomas; ROSA, Luisa Gabriel. Hipertextualidade, multimídia e interatividade: três características que distinguem o Jornalismo Online, 2009. Disponível em: <http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/5_jornalismo/eixo5_art22.pdf>. Acesso em: 12 maio 2013.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais, Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.pdf>>. Acesso em: 07 jun. 2013.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. 3. ed. Lisboa: Edições 70. 2004.

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

CASTRO, Mariela. Usuário do Facebook não escolhe mais dia nem hora [infográfico], 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/midias-sociais/2012/07/31/usuario-do-facebook-nao-escolhe-mais-dia-nem-hora/>>. Acesso em: 15 maio 2013.

COELHO, Luana. Repositório de memes parece, enfim, conquistar seu espaço, 2010. Disponível em: <<http://panoramageek.wordpress.com/2010/12/11/tumblr-na-folha-de-sao-paulo/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

CNC, confederação nacional do comércio de bens, serviços e turismo. Manual de Webwriting, 2011. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/manual-webwriting-cnc_versaoweb_14.12.2011.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2013.

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 abr. 2013.

CUNHA, Rodrigo Bastos. Do científico ao jornalístico: análise comparativa de discursos sobre saúde, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-32832008000100015&script=sci_arttext> Acesso em: 11 jun. 2013.

DUARTE, ALICE. Repositório de memes parece, enfim, conquistar seu espaço, 2010. Disponível em <<http://panoramageek.wordpress.com/2010/12/11/tumblr-na-folha-de-sao-paulo/>> Acesso em: 04 abr. 2013.

FACEBOOK. What happens when I click a Like or Recommend button on external websites?. Disponível em: <<http://www.facebook.com/help/130849170326225/?q=recommend%20botton&sid=0bG4SXKRNR7wUUxgW>>. Acesso em: 12 jun. 2013.

FARAGO, Cátia Cillene; FONFOCA, Eduardo. A ANÁLISE DE CONTEÚDO NA PERSPECTIVA DE BARDIN: do rigor metodológico à descoberta de um caminho de significações, 2007. Disponível em: <<http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao18/artigos/007.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2013.

FERNANDES, Camila. Tumblr cresce em popularidade, 2010. Disponível em: <<http://www.livrevista.com.br/article.php?id=1195>> Acesso em: 21 maio 2013

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 abr. 2013.

FONSECA, Gladstone Miguel. Produzindo texto jornalístico, 2010. Disponível em: <http://guaxupe.org.br/wp-content/uploads/2010/05/produzindo_texto_jornalistico.pdf>. Acesso em: 25 de abri. 2013

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

GIBSON, William. *Neuromancer*. Canadá: Aleph, 2011

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas S/A, 2002.

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 abr. 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.

MORAES, Roque. ANÁLISE DE CONTEÚDO. Revista Educação, Porto Alegre, 1999. Disponível em <http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html>. Acesso em: 05 jun. 2013.

PIACENTINI, Maria Tereza de Queiroz. ASPAS SIMPLES ‘POR IRONIA’ VALEM?, 2011. Disponível em:<http://www.linguabrasil.com.br/img/colunas/Coluna_N279_2011-06-29.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2013.

REVERBE, Paula. Tumblr terá escritório no Brasil, o primeiro fora dos EUA, 2012. Disponível em:< <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/tumblr-tera-escritorio-no-brasil-o-primeiro-fora-dos-eua>>. Acesso em: 12 abr. 2013

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 abr. 2013.

ROUSE, Margaret. Tumblr, 2012. Disponível em: <<http://searchcio-midmarket.techtarget.com/definition/Tumblr>>. Acesso em: 09 jun. 2013

SEIXAS, Lia. O lugar da narrativa no hipertexto jornalístico: uma análise do conceito de narrativa na webnotícia, Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/seixas-lia-lugar-da-narrativa-no-hipertexto-jornalístico.pdf>> Acesso em: 07 jun. 2013.

SILVA, Ana Cecília da. A mídiatização da ética na modernidade líquida, 2011. Disponível em: < <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0674-1.pdf>> Acesso em: 10 jun. 2013.

SOCIALBAKERS. Facebook Overview Statistics. Disponível em: <<http://www.socialbakers.com/facebook-overview-statistics/>>. Acesso em: 11 jun. 2013.

VALENTE, Carlos. AS REDES SOCIAIS COMO ARTEFATO TECNOLÓGICO NA CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO COLETIVO ENTRE PROFESSORES, 2011. Disponível em: <http://www.educoas.org/portal/La_Educacion_Digital/laeducacion_145/studies/EyEP_carlos_valente_ES.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2013.

WINDOWS. Captura de tela (imprimir tela), 2013. Disponível em:
<<http://windows.microsoft.com/pt-br/windows-vista/take-a-screen-capture-print-screen>>
Acesso em: 11 jun. 2013.

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 abr. 2013.