

O PAPEL SOCIAL DO JORNALISMO NAS MÍDIAS SOCIAIS CONECTADAS

MANUELA SERRA SOARES¹; SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE²

¹Universidade Federal de Pelotas – manuelaserrasoares@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – silviameirelles@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa integra o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), o qual será finalizado em 2017/2. O seu objetivo é analisar como o HuffPost Brasil trabalha o papel social do jornalismo através da divulgação de notícias na sua página do Facebook.

Nessa perspectiva, foi realizado um trabalho de coleta de textos jornalísticos que foram publicados na página do Facebook do HuffPost Brasil¹. Ao total, foram coletadas 89 textos jornalísticos postados no período de 16 de julho a 6 de agosto de 2017.

Para desenvolver um trabalho de análise foi criada uma delimitação. Os textos jornalísticos selecionados para a análise deveriam ser escritos por jornalistas do veículo e deveriam ser caracterizadas como de utilidade pública. A partir disso, os 89 textos jornalísticos foram reduzidos para 22.

Como metodologia de pesquisa foi escolhida a análise de conteúdo BARDIN (1977) para refletir sobre questões quantitativas e qualitativas dos textos jornalísticos. Quanto às constatações quantitativas, foram pesquisadas que textos jornalísticos possuíam mais reações, comentários e compartilhamentos as de utilidade pública ou as de entretenimento.

Quanto às constatações qualitativas, foram realizadas reflexões sobre as pautas, fontes e destaques dos textos jornalísticos. Ademais, as mesmas foram analisadas a partir das categorias de análise: ética, utilidade pública e o contraditório.

Estas categorias de análise foram desenvolvidas a partir das reflexões de LAGE (2014) criador da perspectiva do contraditório, a definição de utilidade pública de DUARTE (2007) e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros².

Ademais, o referencial teórico da monografia foi criado a partir de definições do papel do jornalismo desenvolvidas por SCHWINGEL (2012) que descreve esta função como:

(...) considera-se que o papel do jornalista como arquiteto da informação para sistematizações de um sistema de publicação e para a concretização de um processo de produção. (SCHWINGEL, 2012, p.86)

Visto isso, partimos para a explicitação mais aprofundada do processo metodológico utilizado para o desenvolvimento do trabalho.

2. METODOLOGIA

¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/HuffPostBrasil/>

² Disponível em: <http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>

Para a concretização da proposta teórico-metodológica desta pesquisa científica serão utilizadas as reflexões de BARDIN (1977) e MINAYO (2007). Com isso, abordaremos primeiramente uma perspectiva mais preliminar da análise:

(...) a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição de conteúdo das mensagens. (BARDIN, 1977, p.38)

A partir da reflexão realizada por BARDIN (1977) podemos compreender a análise do conteúdo como uma metodologia objetiva, a qual é apropriada para a avaliação de conteúdos disponibilizados em mensagens.

Para o desenvolvimento do trabalho a partir da análise de conteúdo e das categorias escolhidas, serão realizadas três fases: pré-análise, exploração do material ou codificação e tratamento dos resultados obtidos e interpretação dos mesmos estudadas por MINAYO (2007).

A primeira fase, denominada pré-análise pode ser compreendida como a leitura do material que será explorado e a criação de perspectivas que irão originar hipóteses o conteúdo. Este trabalho carrega um viés exploratório e poderá agregar na interpretação e tratamento dos resultados.

Já a segunda etapa, denominada exploração do material ou codificação prevê o desenvolvimento de categorias, ou seja, a tipificação do material, no propósito de auxiliar na organização dos significados do conteúdo para o processo de interpretação. Neste trabalho serão analisadas as seguintes categorias de análise: utilidade pública (DUARTE, 2007), ética de acordo com o Código de Ética dos Jornalistas) e o Contraditório (LAGE, 2014).

Para finalizar, a última etapa denominada tratamento dos resultados obtidos e interpretação dos mesmos refere-se à concretização de interpretações produzidas pelo pesquisador que serão relacionadas com as perspectivas teóricas e categorias criadas a partir dos capítulos que agregam o referencial teórico do trabalho, intitulados: O processo comunicativo por meio das tecnologias digitais e Jornalismo: conceitos e perspectivas. Seguindo estas etapas, a autora poderá criar novas perspectivas teóricas e criar contribuições legítimas para a comunidade científica.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Visto o andamento da monografia com seus dois capítulos teóricos concluídos “O processo comunicativo por meio das tecnologias digitais” e “Jornalismo: conceitos e perspectivas” e a metodologia edificada com a proposta do desenvolvimento de uma análise de conteúdo. Optou-se por realizar as constatações preliminares do desenvolvimento das análises dos 22 textos jornalísticos selecionados do objeto de estudo o HuffPost Brasil, visando esboçar caminhos para o desenvolvimento efetivo das considerações finais do Trabalho de Conclusão de Curso.

Para fazer a coleta de dados, primeiramente, foi realizada a pré-análise dos textos jornalísticos selecionadas com a leitura crítica e exploratória das mesmas. Após isso, partiu-se para a exploração do material ou codificação, fase na qual constatou-se que os textos jornalísticos se enquadram como de utilidade pública por atenderem as demandas informacionais do público, ou seja, elucidam os questionamentos criados pela sociedade. Além disso, as temáticas das pautas podem ser avaliadas como uma questão que impacta no dia a dia do cidadão como é estudado por DUARTE (2007).

Na segunda etapa, de exploração do material e desenvolvimento de categorias, os 22 textos jornalísticos selecionados foram organizados em um quadro no qual agregou o nome dos textos e as colunas utilidade pública, Código de Ética dos Jornalistas e o Contraditório. A partir desta organização iniciou-se o processo de interpretação do material e foram descritas as constatações da autora em relação às categorias escolhidas. Além disso, foram criadas problematizações com base nas pautas, fontes e destaques escolhidos pelas jornalistas do HuffPost.

Já a última etapa do processo de análise de conteúdo que seria o tratamento dos resultados obtidos está em andamento visto que, as análises do trabalho foram recém criadas e deverão passar pelas fases de amadurecimento e reflexão.

Em relação às constatações quantitativas, a média aritmética dos números de reações, compartilhamentos e comentários dos 89 textos jornalísticos – sendo 35 de entretenimento e 54 de utilidade pública – foram representados na Tabela 1. A partir disso, observou-se que as caracterizadas como de utilidade pública possuem cerca de 14% mais expressividade. Além disso, pode-se constatar que o público leitor do HuffPost prestigia mais os textos jornalísticos voltados a temáticas que são pautadas para despertar discussões sobre assuntos de interesse da integralidade da sociedade. Além disso, que na atualidade, a mídia social é reconhecida por seu viés jornalístico e não apenas como um portal que possui leitores mais interessados em entretenimento.

Tabela 1: Constatações Quantitativas.

Reações		Compartilhamentos		Comentários	
Utilidade Pública	Entretenimento	Utilidade Pública	Entretenimento	Utilidade Pública	Entretenimento
63189	32155	7011	1495	2721	2110
Médias aritméticas (por publicação)					
Utilidade Pública	Reações	Compartilhamentos		Comentários	
	1070,16 (14% a mais)	129,83 (67% a mais)		50,38	
Entretenimento	Reações	Compartilhamentos		Comentários	
	918,71	42,7		60,28 (16% a mais)	

Quanto aos compartilhamentos, é possível constatar que as publicações de utilidade pública são 67% mais compartilhadas dos que as de entretenimento. Esta postura do leitor do HuffPost demonstra que este internauta além de acompanhar o trabalho do veículo, ainda ajuda no processo de circulação da informação relevante. Já os comentários das publicações caracterizadas como de entretenimento possuem 16% mais expressividade. Esta questão mostra que as pautas enquadradas neste caráter geram mais discussão do que as caracterizadas como de utilidade pública.

4. CONCLUSÕES

Com o desenvolvimento de parte da monografia intitulada “O papel social do jornalismo nas mídias sociais conectadas” podemos perceber que as categorias de

análise formuladas nos capítulos do referencial teórico da monografia tem sua aplicabilidade testada e comprovada neste presente resumo. A partir disso, pode-se realizar a constatação de que não haverá necessidade de reformulação do planejamento metodológico.

Quanto às análises, podemos pensar a partir da formulação deste trabalho, os pensamentos da autora são guiados a refletir que o HuffPost Brasil realiza de fato um trabalho social, vista a efetividade constatada pelos textos jornalísticos analisados.

Visto que foram analisadas apenas os textos jornalísticos de profissionais do jornalismo que atuam na mídia social podemos atestar sua qualificação para lidar com questões éticas das pautas. Por outro lado, é perceptível a necessidade da criação de desdobramentos e utilização de mais fontes além das institucionais em determinadas pautas.

Pensando em um panorama geral que pode ser edificado a partir de uma leitura preliminar das análises é possível perceber a utilização de características do webjornalismo na escolha de fontes no momento em que são utilizadas publicações dos sites de redes sociais Facebook, Instagram e Twitter. Ademais, que o veículo apresenta ser uma força contra hegemônica que diariamente aborda questões tabu e apoia o movimento feminista. O apoio pode ser percebido a partir das análises das pautas publicadas na editoria mulheres e as fontes escolhidas para ilustrar os textos jornalísticos.

Com o desenvolvimento deste trabalho, foi criado um estímulo para o desenvolvimento das considerações finais da monografia, vista a tentativa esboçada acima da criação de um panorama geral das análises realizadas sobre os 22 textos jornalísticos do objeto de análise deste TCC, a mídia social brasileira HuffPost Brasil. Além disso, este resumo aproxima a elucidação da problemática central do trabalho de “como o HuffPost Brasil trabalha o papel social do jornalismo através da divulgação de notícias na sua página do Facebook?”. Outro ponto que foi motivado pelo desenvolvimento deste trabalho são as reflexões que serão levadas para a trajetória profissional da autora da pesquisa.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

DUARTE, J. **Comunicação pública**. São Paulo: Atlas, 2007.

LAGE, N. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. **Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Paraná, v. 1, n. 1, p. 20-25, 2013. Disponível em: <<http://177.101.17.124/index.php/pauta/article/view/6080/3724>> Acesso em: 15 jul. 2017.

MINAYO, M.C.S. **O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde**. São Paulo: Hucitec, 2007.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo, Paulinas, 2012.